Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe; Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 22. November 1947 - 47. Jahrgang - Nr. 47

Warum genossenschaftliche Neutralität?

Solange es Genossenschafter gibt, hat sie die Frage bewegt, wie sie sich zu den sozialen und politischen Kräftegruppierungen einzustellen hätten, in deren Welt sie sich hineingestellt sahen. Die Antwort auf diese Frage lautete in der Regel: Neutralität! Aber diese Antwort war und ist nicht immer eindeutig, sie hat in verschiedenen Zeitabschnitten und Verhältnissen verschiedenes bedeutet, und ihr Recht und ihre Notwendigkeit waren — und sind auch heute noch — ebenso umstritten wie ihr Inhalt. In einer Uebergangszeit wie der unseren, in der die Politik tief in alle menschlichen Lebenssphären eingreift und totalitäre Tendenzen das Eigenleben des einzelnen und aller freiwilligen Gruppierungen bedrohen, sind Idee und Möglichkeit der Neutralität mehr denn je in Frage gestellt.

Neutralität als Grundsatz?

Politische und religiöse (oder konfessionelle) Neutralität, so fand der vom Internationalen Genossenschaftsbund im Jahre 1930 eingesetzte Sonderausschuss zum Studium der Rochdaler Grundsätze, ist ein Bestandteil des Rochdaler genossenschaftlichen Gedankenguts. Der Ausschuss reihte die Neutralität in die Grundsätze ein, jedoch — gewissermassen mit einem Vorbehalt — in die Grundsätze zweiter Klasse (zusammen mit der Barzahlung und der «Förderung der genossenschaftlichen Erziehung»). Der Vorbehalt lag in der Feststellung, dass diese drei Grundsätze zwar «unbestritten einen Teil des Rochdaler Systems» bildeten, aber eher «wesentliche Methoden der Handelstätigkeit und der Organisation» seien als «Normen, deren Nichtbefolgung den genossenschaftlichen Charakter einer Genossenschaft zerstören würde».

Niemand wird behaupten, dass dieses Fangspiel mit den Begriffen Grundsatz, Methode und Norm die Stellung der Neutralität im genossenschaftlichen Gedankensystem geklärt habe. Die Unklarheit ergibt sich aus der Tatsache, dass diese Begriffe selbst nicht vor dem Gebrauch scharf umrissen worden sind und deswegen ihre Klärungsaufgabe nicht erfüllen konnten. Wenn man unter Genossenschaftsgrundsatz oder -prinzip die *Fixierung eines wesensnotwendigen Charakterzuges* der Genossenschaft versteht, so ist die Neutralität eindeutig kein Grundsatz, weder erster noch zweiter Klasse. Denn eine nichtneutrale Genossenschaft ist durchaus denkbar. (Sie besteht auch in der Praxis in vielerlei Schattierung, aber das ist für das Argument selbst unwesentlich.) Es ist hier nicht beabsichtigt, die Prinzipienfrage näher zu erörtern. Es sei jedoch zu dem zu erwartenden Einwand, dass bei der Anlegung solchen Masstabes auch das Rückvergütungsverfahren keinen Wesensgrundsatz darstelle, darauf hingewiesen, dass dieses Verfahren in der Tat nicht das Prinzip selbst *ist*, sondern es nur *reflektiert**. Ebensowenig wie vom Wert des Rückvergütungsverfahrens und von der grossen historischen Bedeutung seiner Entdeckung durch diese Feststellung auch nur ein Jota abgestrichen wird, ebensowenig wird der Wert der Neutralität für die Genossenschaft auch nur berührt durch ihre Einreihung oder Nichteinreihung in die genossenschaftlichen Grundsätze. Das ist eine Sache der Logik, nicht der Ethik.

Begriff und Wirklichkeit der Neutralität

In den Wandlungen, die der Begriff der genossenschaftlichen Neutralität durchgemacht hat, spiegelt sich ein Stück Genossenschaftsgeschichte wider.

Die Rochdaler Weber selbst haben den Begriff Neutralität nicht definiert. Zu ihrer Zeit war Neutralität schon eine genossenschaftliche Tradition geworden in England, hatte doch schon der Londoner Genossenschaftskongress von 1832 sich zu ihr bekannt. Die Genossenschafter *als solche*, sagt eine auf diesem Kongress angenommene Resolution, identifizieren sich nicht mit einer Konfession oder politischen Richtung, denn in der Genossenschaft sind Angehörige aller Konfessionen und aller politischen Richtungen zu finden.

* Das Prinzip steckt tatsächlich im motivierenden Gedanken *hinter* dem Verfahren. Man kann es kurz als «Ausschaltung des Kapitalprofits als eines entscheidenden Motivs» definieren. Eine Genossenschaft, die grundsätzlich keine Rückvergütung zahlt, sondern den ganzen Ueberschuss für die kollektiven Zwecke der Genossenschaft — etwa zur Kapitalbildung — oder für soziale Zwecke verwendet, ist denkbar; eine Genossenschaft, die ihren Ueberschuss grundsätzlich als Gewinn an das Kapital verteilt, ist *nicht* denkbar. Begrenzung der Kapitalzinsen und Rückvergütungsverfahren sind zwei Folgeerscheinungen des gleichen Prinzips.

In dieser Resolution ist schon ein wesentliches Element der genossenschaftlichen Neutralität nicht nur festgelegt, sondern auch begründet: die *Unabhängigkeit der Genossenschaft nach aussen um der Reichweite des genossenschaftlichen Sammelrufs willen.* Die Rochdaler Weber haben in ihrer genossenschaftlichen Praxis den stärksten Nachdruck auf die politische und konfessionelle *Toleranz* der Mitglieder untereinander, also *Neutralität nach innen,* gelegt.

Im allgemeinen lassen sich, wenn wir uns einmal auf das Hauptproblem, die politische Neutralität, beschränken, drei Erscheinungsformen der genossenschaftlichen Neutralität unterscheiden, die drei genossenschaftlichen Entwicklungsstufen entsprechen. In ihren ersten Anfängen hat die Genossenschaftsbewegung, wenn sie neutral sein will, in ihrem Verhältnis zur Politik keine andere Wahl als die der *Abstinenz.* Sie hat nicht die Macht, eine selbständige Rolle zu spielen, sie wird in der Regel von den Parteien und Regierungen nicht beachtet, und wo etwa die Regierung sie bewusst fördert — wie in vielen Kolonien — geschieht es fast ausnahmslos ohne jede politische oder zumindest parteipolitische Absicht. In diesem Stadium kennt die Politik die Genossenschaft nicht, und die Genossenschaft sehnt sich auch nicht nach ihrer Bekanntschaft.

Sobald jedoch die Genossenschaftsbewegung so stark geworden ist, dass sie nicht nur von einzelnen Vertretern einer Bevölkerungsgruppe — etwa der Händler — sondern von der Gruppe als solcher als Bedrohung empfunden wird, ändert sich die Lage. Die einzelne Genossenschaft ist nun keine «private» Angelegenheit mehr, und die Zielsetzung der Genossenschaften als Gesamtheit, als Bewegung wird zu einer sozialen Angelegenheit. Die Genossenschaft steht im Spannungsfeld der Politik. Sie wird angegriffen und umworben, und sie hat zu den Angriffen und Lockungen Stellung zu nehmen. Ihre Haltung zur Politik kann nicht mehr völlig negativ sein. *Neutralität kann deshalb nicht mehr politische Abstinenz bedeuten.* Sie ist politisch aktiv geworden, wenn auch vorerst in einem *defensiven* Sinne. Solange die Genossenschaft sich in diesem politischen Abwehrkampf und in allen ihren politischen Beziehungen *nur* von ihrem *eigenen* Interesse leiten lässt, ist sie nicht in Gefahr, ihre Neutralität und ihre Handlungsfreiheit aufzugeben.

Die sporadische und unkoordinierte Abwehr politischer Angriffe, die oft nur sehr ungeschickt und zögernd mit politischen Mitteln arbeitet, macht einer bewussten und planmässigen Einwirkung auf das politische Leben Platz, wenn sich die Genossenschaftsbewegung ihrer wirtschafts- und gesellschaftsgestaltenden Möglichkeiten voll bewusst wird und tatsächlich schon eine wirtschaftliche und soziale Macht darstellt. Dann wartet die Genossenschaft nicht mehr, bis die Politik an sie herantritt, dann tritt sie selber an die Politik heran. Ihr grösseres Selbstbewusstsein erlaubt es ihr, sich freier auf dem Gebiete der Politik zu bewegen und den Begriff der Neutralität liberaler auszulegen. Doch hier erwächst eine ernste Gefahr — die Gefahr nämlich, dass aus der liberaleren eine laxere Auslegung wird.

Neutralität als Gebot

Man kann genossenschaftliche Neutralität in ihrem Zusammenhang mit der wachsenden politischen Verantwortung der Bewegung zuerst als Freiheit *von* der Politik, dann als Freiheit *in* der Politik und schliesslich als Freiheit *zur* Politik begreifen*. Im ersten Stadium ist sie kaum ein Problem, im letzten ist sie eine schwere und verantwortungsvolle Aufgabe. Volle politische Objektivität gegenüber allen politischen Kräften und Ideen, Parteien und Programmen ist vielleicht nicht erreichbar, aber dennoch muss ständig um sie gerungen werden. Je grösser das Gewicht des genossenschaftlichen Einflusses in der politischen Sphäre, desto ernster und unerbittlicher muss der Wille zu dieser Objektivität sein. Natürlich kommt die Genossenschaftsbewegung in ihrem Bestreben, Gesetzgebung, Verwaltung und die politische Entwicklung schlechthin in ihrem Sinne zu beeinflussen und, ja sagen wir es ruhig, mit ihrem Geiste zu durchdringen, nicht nur eine konkrete Stellungnahme zu den Parteien in der jeweiligen Situation des Kampfes herum. Sie muss mit den Parteien ringen um die Anerkennung ihrer Forderungen, und sie wird dabei finden, dass sie bei manchen Parteien oft auf Widerstand stösst und von andern ebenso oft unterstützt wird. Das kann leicht zu dem Trugschluss führen, dass die Genossenschaftsbewegung der natürliche Gegner der einen und Bundesgenosse der andern sei. Ein solcher Trugschluss steht immer am Anfang vom Ende der politischen Freiheit der Genossenschaft. Ohne Frage kann und darf die Genossenschaftsbewegung Zweckbündnisse für begrenzte Ziele mit politischen Parteien eingehen — als freie, gleichberechtigte Partner. Aber sie kann nicht ein Dauerbündnis mit einer Partei eingehen, ohne ihre Autonomie zu gefährden, auch wenn das Parteiprogramm sich weitgehend mit dem Genossenschaftsprogramm deckt. Denn Partei ist nicht nur dem Namen, sondern auch dem Wesen nach ein Teil des Ganzen, im Gegensatz zu anderen Teilen begriffen,

die Genossenschaft aber, und in ganz besonderer Weise die Konsumgenossenschaft, hat das Ganze im Auge.

Die Konsumgenossenschaft wendet sich an den Verbraucher schlechthin, an das *eine* Wirtschaftsinteresse, das *alle* verbindet. Sie darf dieses verbindende Interesse, dessen Tragfähigkeit ja durchaus begrenzt ist, nicht durch unnötigen ideologischen Ballast belasten oder durch parteipolitische Interessen in den Hintergrund drängen. Und was sich naturgemäss aus der Genossenschaftsidee entwickelt, die lebendige, tätige Demokratie, der organische gemeinwirtschaftliche Aufbau, das würde gehemmt und verkrampft werden, würde man es in eine parteipolitische Linie zwingen oder mit parteipolitischer Aktion «koordinieren». Die neutrale Genossenschaft hat grössere Möglichkeiten als die politisch gebundene.

Die Konsumgenossenschaft muss wirklich *offen* sein, nicht nur formal, sondern in aufrichtiger Aufnahmebereitschaft und Toleranz, wenn sie das leisten will, was ihre Bahnbrecher und geistigen Führer als

* Man könnte geneigt sein, noch eine vierte Möglichkeit, Freiheit *durch* Politik, hinzuzufügen: die an sich vorstellbare Sicherung der genossenschaftlichen Entfaltungsfreiheit als Resultat einer radikalen Umgestaltung der politischen Machtverhältnisse, die die genossenschaftliche politische Aktion überflüssig machen würde, also gewissermassen als Geschenk der Geschichte, eine gegebene, nicht erworbene Freiheit. Hier aber sind wir im Reich der Utopie. Solche Freiheit setzt die schon erreichte wirkliche und vollständige Einheit des Volkes oder gar der Menschheit voraus; ohne diese Einheit ist sie eine ideologische Täuschung.

ihre eigentliche soziale Aufgabe gesehen haben: die Ueberwindung der Klassen- und Völkerzwietracht in einem allumfassenden sozialen Reformwerk. Die politische Aktion ist ein Teil der Reformarbeit, sie muss sich in den genossenschaftlichen Gesamtplan einordnen. Sie ist der Genossenschaftsidee, und *nur* dieser, untertan und muss das Recht und die Freiheit haben, *alle* Parteien nach ihrem wirklichen Verdienst um diese Idee zu würdigen. Das heisst aber: *sie steht unter dem Gebot der Neutralität.* Dr. E. Hasselmann

Eine Barriere bei den deutschen Konsumgenossenschaften

(Korr.) Die Bemühungen der Hamburger Zentralen der deutschen Konsumgenossenschaften, des Zentralverbandes und der Grosseinkaufsgesellschaft, ihre alte Bedeutung wieder zu erlangen, stossen noch immer auf erhebliche Schwierigkeiten, zumal jede der vier Besatzungsmächte eigene Wege geht. In den drei Westzonen bahnt sich, wenn auch nur sehr langsam, immerhin eine Vereinheitlichung an, während die von Zeit zu Zeit stattfindenden Besprechungen zwischen Vertretern der Hamburger Zentralen und der Konsumgenossenschaften der Ostzone, so kürzlich in Hamburg, wenig erfolgreich sind, ja sogar die Gefahr einer endgültigen Trennung immer grösser wird.

Rekapitulieren wir zunächst kurz die Tatbestände. Nach 1933 wurden viele Konsumvereine liquidiert und in Privathände übergeführt, während die anderen Vereine und die Grosseinkaufsgesellschaft schliesslich im Gemeinschaftswerk der Deutschen Arbeitsfront zusammengeschlossen wurden. Nach dem Zusammenbruch bemühten sich überall Konsumgenossenschafter um die Wiederherstellung des alten Zustandes. Die Grosseinkaufsgesellschaft in Hamburg nahm unter Leitung früherer Geschäftsführer ihre Tätigkeit sehr bald wieder auf. In der Ostzone wurden Ende 1945 diese Bestrebungen legalisiert und gefördert durch den Befehl Nr. 176 der Militärbehörde, der das einstige genossenschaftliche Vermögen des Gemeinschaftswerkes wieder in den Besitz der alten Konsumgenossenschaften brachte. In der amerikanischen und in der britischen Zone wird dieses Eigentum des Gemeinschaftswerkes von den neu entstandenen Genossenschafts-Organisationen treuhänderisch verwaltet; man erwartet in relativ naher Zukunft die Rückübertragung an die Konsumvereine und die Grosseinkaufsgesellschaft. In der britischen Zone wirken 104 Konsumgenossenschaften treuhänderisch. In der französischen Zone soll das Genossenschaftseigentum über die Landesregierungen an die alten Organe zurückgegeben werden, was aber noch nicht geschehen ist. Die Grosseinkaufsgesellschaft ist als Grosshandelsorganisation und Leiterin der Eigenbetriebe in den drei Westzonen tätig (in der französischen etwas begrenzt). Der Zentralverband möchte wieder seine alten Funktionen aufnehmen, ist aber vorläufig nur als «in Planung befindlich» anerkannt. Unter- und Revisionsverbände sind im Westen vorläufig nur in der amerikanischen Zone anerkannt. Die britische und die französische Militärregierung wollen die so wichtigen Revisionsaufgaben den allgemeinen Wirtschaftsprüfern überlassen.

In der Ostzone ist der konsumgenossenschaftliche Aufbau wesentlich weiter vorangekommen. Die Vereine arbeiten wieder wie früher, meistens unter der alten Leitung, und zahlen die Rückvergütung in der Höhe von 3 bis 5%, während die Konsumgenossenschaften des Westens als Treuhänder ihre Ueberschüsse an das Gemeinschaftswerk weiterleiten müssen. Das vorliegende Zahlenmaterial lässt für den Osten einen starken Aufstieg erkennen. Die Zahl der Konsumvereine ging zwar jeweilig gegenüber dem 31. Dezember 1932 von 349 infolge Konzentration auf 252 am 30. September 1946 zurück, aber die Zahl der Verteilungsstellen stieg von 3556 auf 6644 am 30. Juni 1947, die Mitgliederzahl von knapp einer Million auf 1,6 Millionen am gleichen Datum und der Umsatz sogar von 19,3 auf 79,4 Millionen Reichsmark am 30. September 1946.

Sehr unterschiedlich ist das Gesicht der Genossenschaftsbewegung im Westen und Osten. Der alte Grundsatz der politischen Neutralität wird im Westen stärker gewahrt als im Osten und als vor 1933. Damals gab es auch noch den Katholischen Reichsverband mit Sitz in Köln. Der nach 1933 zwangsweise erfolgte Zusammenschluss beider Bewegungen wird heute als ein Plus beibehalten. Vorsitzender des Aufsichtsrates der Grosseinkaufsgesellschaft ist zum Beispiel *Schlack*, CDU-Abgeordneter im Wirtschaftsrat, während die drei Geschäftsführer *Everling*, *Botten* und *Borgner* sozialdemokratisch organisiert sind. In der Ostzone sind wohl alle massgeblichen Genossenschafter in der SED, wobei in den Vereinen die von der SPD kommenden überwiegen, in den Verbänden aber die von der KPD kommenden. Der Osten betont sehr stark politische Aufgaben im Rahmen der antifaschistischen Front, der Westen hält sich von der Politik fern; im Osten können frühere Pgs keine Funktionen übernehmen, während im Westen nominelle Parteimitgliedschaft nicht allzu schwer wiegt.

Bei einem Zusammenschluss der Konsumgenossenschaften der Ostzone und der Westzone können diese politischen Unterschiede leicht zu empfindlichen Gegensätzen führen. Im Osten hegt man entsprechende Befürchtungen, man will deswegen den Schwerpunkt im Gegensatz zu vor 1933 mehr in die regionalen Verbände legen. Im Osten werden deswegen diese Verbände zielbewusst ausgebaut. Sie bestehen für Berlin und die fünf Provinzen mit Sitz in Berlin, Dresden, Halle, Potsdam, Schwerin und Erfurt. Sie gliedern sich in besondere Abteilungen für Grosshandel und Revision. Ein Hauptsekretariat mit je drei Vertretern jedes Verbandes bildet einen losen Zusammenschluss. Im Westen will man dagegen dem Zentralverband und der Grosseinkaufsgesellschaft ihre alte zentrale Bedeutung wiedergeben, und man kritisiert vor allem, dass bei den Verbänden im Osten die Aufgaben des Grosshandels und der Revision nicht genügend scharf getrennt wurden.

Der Osten stellt weitgehende Forderungen bei dem Neuaufbau, weil die Genossenschaftsbewegung im Osten sich besser entwickelt hat. Im Westen streitet man diesen Aufstieg nicht ab, aber man bezweifelt die gesunde Basis. Der Umsatz beruhe fast zur Hälfte auf einer monopolartigen Stellung beim Verkauf von Schnaps. Auch sonst seien die Genossenschaften der Ostzone von der öffentlichen Hand zu sehr gefördert worden, so dass sie kaum als typische Genossenschaften angesehen werden könnten. Man spricht sogar im Westen von staatlichen Konsumvereinen des Ostens und stellt diesen die Bemühungen um einen rein genossenschaftlichen Aufbau im Westen gegenüber.

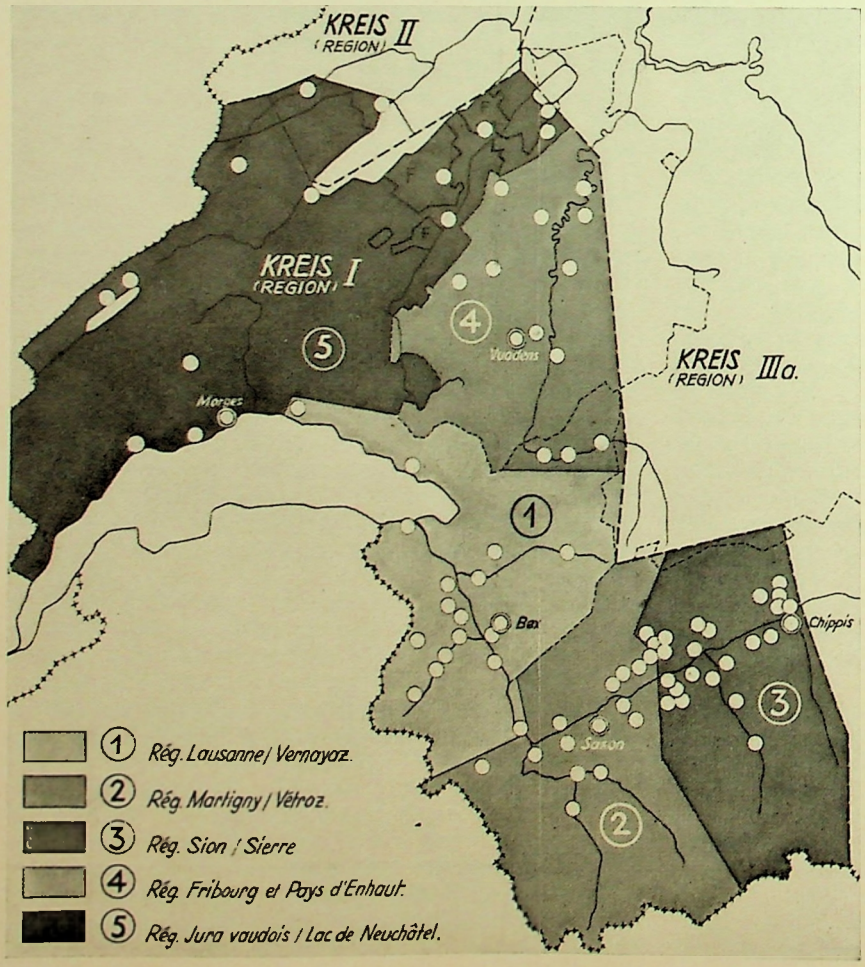
Entscheidend sind vor allem materielle Gesichtspunkte. Die Grosseinkaufsgesellschaft will ihre alten Betriebe zurückhaben. Die einstigen Fabriken der GEG in der Ostzone wurden aber zusammen mit vielen anderen enteigneten Betrieben den Verbänden der Ostzone übergeben. Die Vereine der Ostzone lehnen es ab, diese Betriebe vor einer Einigung über den zentralen Zusammenschluss an die Grosseinkaufsgesellschaft zurückzugeben, sie wollen über die Rückgabe erst verhandeln, wenn alle Konsumgenossenschaften wieder in einer Organisation zusammengefasst sind. Sie lassen dabei deutlich wissen, dass die im Osten geschaffene verbandsmässige Organisation der Eigenproduktion sich so sehr bewährt habe, dass sie hieran am liebsten festhalten möchten.

Die Entscheidung über den Zusammenschluss der deutschen Konsumgenossenschafts-Bewegung wird sehr stark durch die politische Entwicklung bestimmt werden. Wenn diese entgegen den gegenwärtigen Erwartungen in der Richtung auf eine Einheit gehen sollte, wären noch erhebliche Schwierigkeiten zu überwinden, bis es auch zur Einheit der deutschen Konsumgenossenschaften kommt. Wahrscheinlicher ist ein weiteres Auseinanderleben. Der eiserne Vorhang wird für die deutschen Konsumgenossenschaften wohl für einige Zeit noch eine Realität bleiben.

Internationaler Genossenschaftsbund und Weltgewerkschaftsbund

* In Paris fanden kürzlich Besprechungen statt zwischen Delegationen der internationalen Organisationen der Genossenschaften und der Gewerkschaften. Der Internationale Genossenschaftsbund war vertreten durch seinen Präsidenten, *Lord Rusholme*, die Generalsekretärin Miss *Polley*, *Marcel Brot* (Frankreich) und Dr. *Max Weber* (Schweiz). Vom Weltgewerkschaftsbund nahmen teil die Sekretäre *Saillant*, *Schevenels* und *Fischer* sowie *Faline* (Russland). Es wurde ein Entwurf ausgearbeitet zu einem Uebereinkommen, der feststellt, dass die beiden Spitzenverbände gemeinsame Ziele verfolgen, und vorsieht, dass sie nach gegenseitiger Fühlungnahme in bezug auf bestimmte Probleme gemeinsam Stellung nehmen und ihre Aktionen koordinieren können. Zu diesem Zwecke soll ein Austausch von Informationen und eine ständige Fühlungnahme erfolgen. Das Abkommen ist noch von den zuständigen Organen auf beiden Seiten zu ratifizieren.

Weshalb in der Vereinzelung sich abplagen, wenn durch den Zusammenschluss die Kräfte verdoppelt und verdreifacht werden?



Wer zählt die Stunden, Tage, Wochen und Monate, in denen auch bei uns noch wirtschaftlicher Leerlauf herrscht? In denen der einzelne in unproduktiver Arbeit sich abmüht, während in der regionalen Zusammenarbeit, durch sorgfältige Verteilung der Aufgaben neue Möglichkeiten zur Vereinfachung, zu Kosteneinsparungen und zur Leistungssteigerung geschaffen würden? Man hat dies beizeiten auch im Welschland erkannt. Wir haben hierauf schon in Nr. 36 des «Schweiz. Konsum-Vereins» hingewiesen. Es machen zwar noch nicht alle Vereine mit. Die Vorteile der regionalen Zusammenarbeit werden jedoch mit der Zeit gewiss viele von diesen überzeugen.

So fügt sich der *bezirksweise administrative Zusammenschluss* in glücklicher Weise zum *zentralen Einkauf beim V. S. K.*, der nach wie vor das starke Fundament jedes genossenschaftlichen Fortschritts bleibt.

Unser Bild zeigt die Abgrenzung der fünf Arbeitsgemeinschaften und deutet die beteiligten Vereine an. Der Grad des Zusammenschlusses derselben ist noch unterschiedlich. Die Arbeitsgemeinschaften 1—4 umfassen Genossenschaften des Kreisverbandes I. und Nr. 5 ist bei Vereinen der Kreise I und II tätig. Die Karte zeigt, dass der Gedanke des regionalen Zusammenschlusses auch im Welschland schon stark Fuss gefasst hat.

Haushaltartikel, Textilwaren, Schuhe

Die Arbeitsgemeinschaft der Konsumgenossenschaften mit Spezialläden hatte für ihre Herbsttagung diesmal einen etwas abgelegenen Ort gewählt; dies mit Rücksicht auf die für den Nachmittag vorgesehene Besichtigung der *Cellulosefabrik* in Attisholz. Diese Exkursion verlief denn auch dank der Zuvorkommenheit und der ausgezeichneten Organisation durch die Fabrikleitung zu aller Zufriedenheit. Der Morgen war der eigentlichen fachlichen Orientierung vorbehalten. Mit grosser Genugtuung konnte Präsident *Bachmann*, der sich wiederum mit besonderer Fürsorge des Wohls der Erschienenen annahm, eine sehr stattliche Versammlung willkommen heissen, u. a. die Herren Direktor *Barbier* und *Maurice Maire*. Erfreulicherweise war auch Verkäuferinnen Gelegenheit zur Teilnahme an der Versammlung gegeben worden.

Da die Herren *Villiger*, Chef der V. S. K.-Abteilung Haushaltartikel, *Siebenmann*, Chef der Abteilung Textilwaren, und Direktor *Hauert* von der Schuh-Coop ihre Situationsberichte vorher schon schriftlich den betreffenden Vereinen bekanntgegeben hatten, konnten sie sich auf einige Ergänzungen beschränken. Als ein recht dorniges Problem erwies sich bei den drei Referenten wiederum die *Preisgestaltung*. Diese ist in Bewegung! Vorsicht ist am Platze.

So ist für 1948 eventuell eine Reduktion der *Porzellanpreise* vorauszusehen. Also nicht auf lange Sicht Porzellan kaufen! — Man wird versuchen, den *Papiermangel* durch Importe einigermassen zu kompensieren. Aber Preiserhöhungen sind auf dieser Position unumgänglich.

Bessere Belieferung in *Textilwaren* steht in Aussicht. Heute sind jedoch noch zahlreiche Lieferanten im Rückstand. — Zu Bedenken Anlass gibt im Blick auf die Zusammenfassung der genossenschaftlichen Kaufkraft die auffallende Zunahme des Vermittlungsverkehrs. — Ein beachtenswertes Mahnzeichen für die Situation in der Textilindustrie sind die Zahlungsschwierigkeiten verschiedener Firmen.

Auch bei den Textilien gilt: *Hütet euch vor langfristigen Käufen!* Der Einkaufskontrolle ist alle Aufmerksamkeit zu schenken — aber auch den günstigen Offerten im Bulletin!

Bei den *Schuhen* ist die Situation ebenfalls als labil zu bezeichnen. Die *Ueberwachung der Lager* ist eine unbedingte Sorgfaltspflicht, die uns vor allzugrossen Verlusten bewahren kann. Es hat keinen Sinn, nur die gutgängigen Schuhe an die Füsse zu bringen. Auch die andern müssen wir absetzen. — Die schweizerische Schuhproduktion wird bald wieder ihren früheren Stand erreicht haben. Enorm ist der *Import*. Der Bedarf der Konsumentenschaft ist aber ebenfalls noch gewaltig. In den ersten zehn Monaten des Jahres 1947 sind 1,9 Millionen Paar Schuhe importiert worden, mehr als 1931, als die übermässige Einfuhr abgedrosselt werden musste. — Qualitativ lassen viele ausländische Schuhe zu wünschen übrig. Durch den reichen Import entstehen betriebs- und volkswirtschaftliche Probleme, denen wir alle Beachtung schenken müssen.

Die rege *Diskussion*, die von Verwaltern wie von Verkäuferinnen benützt wurde, zeitigte eine Reihe Anregungen und Anfragen, die entweder sofort beantwortet wurden oder noch geprüft werden.

Leider verblieb keine Zeit mehr, um einige Kurzreferate über wichtige *Propagandafragen* anzuhören. Das Zeitproblem, vor dem wir immer wieder bei unseren Versammlungen stehen, machte sich hier recht hinderlich bemerkbar. Wie das jüngst bei der Interessengemeinschaft der Konsumgenossenschaften mit Landesproduktenvermittlung in so glücklicher Weise praktiziert wurde, wird man sich wohl auch hier überlegen müssen, ob zur Erreichung eines *maximalen Versammlungserfolges* in vermehrtem Masse nicht auch noch der Nachmittag in den Dienst der gründlichen Aufklärung, Orientierung und Weiterbildung gestellt werden sollte. r.

Personalausbildung für Selbstbedienungsläden

* Ueber dieses Thema erschien in der schwedischen Fachschrift der Genossenschaftsverwalter eine Abhandlung, die in englischer Uebersetzung von den «Co-op. News» abgedruckt wurde. Im Nachstehenden reproduzieren wir die wesentlichsten Stellen dieser Ausführungen.

Die wichtigsten Richtlinien der Personalausbildung für die Konsumgenossenschaften können wie folgt umrissen werden:

1. Genossenschaftliches.
2. Geschäfts- und Ladenkenntnisse.
3. Arbeitsverhältnisse und Organisationsfragen.
4. Verkaufskunde.
5. Lager und Kontrolle.
6. Ladenverwaltung.
7. Warenkunde und Warenbehandlung.
8. Ausstellen der Waren und Inserieren.

Grundlage jeder genossenschaftlichen Betätigung ist die Kenntnis der Genossenschaftsbewegung. Da aber der persönliche Kontakt zwischen Personal und Mitgliedschaft im Selbstbedienungsladen nicht mehr so eng ist wie im gewöhnlichen Laden, muss die genossenschaftliche Einwirkung neue Formen annehmen. Jene Angestellten, welche noch mit den Mitgliedern in Kontakt kommen, müssen *besser ausgebildet* sein, als es bisher im allgemeinen üblich war; namentlich sollen sie durch und durch vertraut sein mit den Statuten und Reglementen sowie mit dem Verhältnis zwischen der Genossenschaft und der Ge-

Der erste Selbstbedienungsladen in Norwegen

Die Frau des norwegischen Ministerpräsidenten, Einar Gerhardsen, erschien als eine der ersten in diesem nach den modernsten Prinzipien gestalteten Laden der Konsumgenossenschaft von Oslo.

samtbewegung. Dies betrifft vor allem die Ladenvorsteher, die mit der Abrechnung betrauten Angestellten und ihre Gehilfen.

Für alle Angestelltenkategorien bleibt auch im Selbstbedienungsladen die Geschäfts- und Ladenkenntnis von grosser Bedeutung, ebenso sind eine scharfe Kontrolle und genaue Kalkulation notwendig. Die Vor- und Nachteile des neuen Ladensystems lassen sich nur auf Grundlage eigener Erfahrungen genau feststellen, weshalb bei der Ausbildung des Personals auf gute Beobachtungsgabe und rasche Anpassungsfähigkeit geachtet werden muss.

Der Selbstbedienungsladen verursacht Veränderungen in der Arbeitsordnung. Man braucht nicht mehr mit dem starken Wechsel zwischen flauem und lebhaftem Käuferverkehr zu rechnen und kann deshalb besser über die Arbeitskräfte disponieren. Einzig für den Abrechnungs- und den Vorverpakkungsdienst werden zeitweise Verstärkungen nötig werden. Man kann also die Arbeit mehr spezialisieren, z. B. auf das Nachfüllen der Warenregale, die Anordnung der Waren, die Beschriftung mit Gewichts-, Qualitäts- und Preisangabe, das Vorverpacken und den Abrechnungsdienst.

Eine wichtige Aufgabe stellt die ständige aufmerksame Ueberwachung der Waren und der Lagervorräte dar, damit im Laden keine Lücken entstehen und nur einwandfreie Waren in den Verkaufsregalen liegen.

Der hauptsächlichste Unterschied zwischen den beiden Ladensystemen liegt darin, dass im Selbstbedienungsladen das *Zurschaustellen der Waren* grössere Aufmerksamkeit und grösseres Geschick erfordert als im Laden mit Personalbedienung. Der Zusammenhang zwischen Herkunft, Verwendung und Eigenschaften der verschiedenen Waren erhält im Selbstbedienungsladen eine andere Bedeutung. Im gewöhnlichen Laden sind die Waren so angeordnet, wie es für das Verkaufspersonal am bequemsten ist, während im Selbstbedienungsladen darauf Bedacht genommen werden muss, wie den Mitgliedern am besten gedient ist.

Tüchtige Warenkenntnis, gute Beobachtung der Kundschaft, Ordnungssinn und Mitteilungsgabe sind im neuen Ladensystem so wichtig wie im alten.

Kurze Nachrichten

Das Ergebnis des Vergissmeinnicht - Abzeichenverkaufes. Anlässlich der am 31. Mai und 1. Juni von der Stiftung Pro Juventute durchgeführten Aktion für gesundheitlich gefährdete Schweizerkinder konnten im ganzen Lande 562 435 Vergissmeinnicht-Abzeichen abgesetzt werden. Dieses schöne Ergebnis wird sich zum Segen vieler Schweizerkinder, deren Gesundheit bedroht ist, auswirken.

Allen Käufern des Vergissmeinnicht-Abzeichens sowie den Spendern von kleineren und grösseren Geldbeträgen dankt die Zentralstelle der Aktion recht herzlich.

32. Schweizer Mustermesse in Basel (10.—20. April 1948). * Wie in den Jahren zuvor, ist auch für 1948 mit einem ausserordentlich starken Andrang von Ausstellern zu rechnen. Man bezeichnet jetzt schon, wie eine der bedeutendsten Firmen der schweizerischen Metallindustrie schreibt, die Messe 1948 als eine der wichtigsten Veranstaltungen der kommenden Jahre. Es verlangen nicht nur eine grosse Zahl neuer Firmen Zulassung zur Messe, sondern es wünschen auch viele langjährige Aussteller mehr Raum zur umfassenden Demonstration ihres Jahresangebotes.

Rekordertrag an Olivenöl in Italien. In Italien dürfte die diesjährige Olivenöl-Kampagne bisher unerreichte Rekorderträgnisse erbringen. Die amtlichen Schätzungen schwanken zwischen 1,8 bis 2,6 Millionen Doppelzentner (1938/39 = 1,8 Millionen Doppelzentner); das Mittel von 2,2 Millionen Doppelzentner dürfte der Wirklichkeit ziemlich nahe kommen. Man rechnet mit beträchtlichen Preisabschlägen, zumal der Grosshandel noch über grosse Vorräte an letztjähriger Ware verfügen soll; es wird von rund 0,5 Millionen Doppelzentner gesprochen. Ausserdem ist zu berücksichtigen, dass durch den vermehrten Anbau von Rizinus und Raps die Oelproduktion allgemein zugenommen hat. — Vor dem Kriege exportierte Italien 0,2 bis 0,3 Millionen Doppelzentner Olivenöl pro Jahr. «Schweiz. Wirtschafts-Kurier»

Aerzte im Kampf gegen den Alkoholismus. Die Aerztegesellschaft des Kantons Neuenburg ist dem Beispiel der Waadtländer und Genfer Aerztegesellschaften gefolgt und hat an den Bundesrat in dringlicher Weise u. a. die folgenden Forderungen gestellt:

1. Abschaffung der Absinthnachahmungen.
2. Ausdehnung der Luxussteuer auf alle in etikettierten Flaschen verkauften Spirituosen und Dessertweine.
3. Erhöhung der fiskalischen Belastung des Branntweins überhaupt und stärkere Einschränkung des steuerfreien Eigenverbrauches der Produzenten.
4. Energische Durchführung des Verbotes von medizinischen oder Heilanpreisungen zugunsten von Spirituosen, Bitters usw.

Kreiskonferenzen

Herbstkonferenz des Kreises IV

am 5. Oktober in Gerlafingen

(Korr.) Kreispräsident Gschwind konnte als Gäste die Herren *Döbeli*, Statthalter, Gerlafingen, und *Maire* sowie Frau *Heppler* vom Genossenschaftlichen Frauenbund begrüssen. Er gedachte hierauf in feinfühlenden Worten des im Mai 1947 verstorbenen früheren Direktionsmitgliedes des V. S. K., Dr. *Oskar Schär*, den die Versammlung durch Erheben von den Sitzen ehrte.

In seiner Eröffnungsansprache machte der Präsident auf die neue unerfreuliche Erhöhung des Milchpreises aufmerksam und den, trotz immer schlimmer werdender Wohnungsnot, Abbau der Bundessubventionen. Erfreulich ist das schöne Resultat der Abstimmung über die AHV. Es ist besonders festzuhalten, dass der Verband und seine Presse sich energisch für dieses Sozialwerk eingesetzt haben.

Der Kreisvorstand beabsichtigt, diesen Winter zwei Revisorenkurse, einen für kleinere, einen für grössere Vereine, durchzuführen.

Für die initiative Tätigkeit in der *Askol* (Anbauwerk solothurnischer Konsumvereine in Läupersdorf) gebührt Herrn Alt-Verwalter Ammann, Gerlafingen, besonderer Dank.

Die *Vereinigung genossenschaftlich gesinnter Lehrer* besuchte anlässlich der Zusammenkunft vom 27. September die Silag in Basel und machte eine Fahrt zum Stauwehr in Kembs.

Ueber die *Zusammenarbeit zwischen V. S. K. und Verbandsvereinen* referierte in eingehender Weise Herr Direktor *Rudin*. Der Verband trägt ganz bedeutende Lasten im Interesse der Vereine. Dem Verbande müssen, wie dies durch die heutigen Verhältnisse bedingt sei, auch vermehrte Mittel zukommen, wenn er seinen Aufgaben gerecht werden wolle. — In der *Diskussion* verlangte Frau *Dübi*, Basel, dass die Freiplätze in den Ferienheimen nicht abgeschafft werden, dagegen sollen Missbräuche vermieden werden. Herr *Gysin*, Gelterkinden, findet allgemein die Revisionsberichte zu ausführlich. Er glaubt, dass hier ein Abbau und daher Ersparnisse möglich wären.

Da Herr *Gschwind als Kreispräsident seinen Rücktritt* erklärt und der Vizepräsident aus massgebenden Gründen verzichtet und ebenso keines der

übrigen Vorstandsmitglieder sich zur Annahme dieser Funktion bewegen liess, hat der Kreisvorstand die Basler Vertreter beauftragt, aus den Reihen der Mitglieder des ACV einen geeigneten Kandidaten zu suchen. Erfreulicherweise ist es gelungen, in der Person von Herrn Nationalrat *Schneider* einen geeigneten Genossenschafter zu finden. Andere Vorschläge wurden nicht gemacht; Herr Nationalrat Schneider wird so ehrenvoll gewählt.

Herr *Vogt* verdankt im Namen des Kreisvorstandes und der Kreisvereine Herrn *Gschwind* seine langjährige erfolgreiche Arbeit als Mitglied des Vorstandes von 1912—1922 und als Präsident von diesem Zeitpunkt an und stellt im Namen des Kreisvorstandes den Antrag, Herrn Gschwind zum *Ehrenpräsidenten* zu ernennen. Diesem Antrag stimmt die Konferenz einstimmig zu.

Herr *Gschwind* verdankt diese Ehrung mit bewegten Worten.

Herr *Schneider* verdankt das ihm erwiesene Vertrauen und gratuliert seinerseits Herrn Gschwind zu seiner Ernennung zum Ehrenpräsidenten.

Herr *Seiler*, Chefbuchhalter des V. S. K., orientiert eingehend über Wesen und Zweck der *Betriebsvergleiche* und gibt Aufschluss, was in dieser Angelegenheit bereits vorgekehrt wurde. Es bestehen heute drei Gruppen, abgestuft nach den Umsätzen der Kreisvereine.

Herr Verwalter *Heri*, Biberist, empfiehlt Instruktionskurse für Obmänner der Betriebsvergleichsgruppen.

Herr Direktor *Zulauf*, Basel, teilt mit, dass der ACV seit Jahren Versuche gemacht habe, mit ähnlichen Vereinen Vergleiche durchzuführen. Er empfiehlt unbedingt die Teilnahme.

Auf Grund des Referates und der Aussprache empfiehlt der Kreisvorstand den Vereinen die Teilnahme an den Betriebsvergleichsgruppen. Die Versammlung stimmt zu.

Winterprogramm. Der Kreisvorstand schlägt vor, Revisorenkurse, Verkäuferinnenkurse und einen Kurs für Kellerbehandlung durchzuführen, was genehmigt wird.

Ueber *einheitliche und kollektive Propaganda* und *Preispolitik regional zusammengefasster Konsumvereine* referiert Herr *Kirchgraber*. Er zeigt an Hand einer graphischen Tabelle, wie die aargauischen Vereine zusammenarbeiten. Er orientiert eingehend über die Vorteile dieser Zusammenarbeit und gibt über erreichte Erfolge Auskunft. Im Kreis IV ist bereits durch Zusammenarbeit von Solothurn, Grenchen, Derendingen und Biberist ein Anfang gemacht worden.

Herbstkonferenz des Kreises IXb

am 28. September in Disentis

(Korr.) Der Präsident, Alt-Kreispostdirektor *Schwarz*, Mitglied des Verwaltungsrates V. S. K., konnte die Herren Direktor *Zellweger* und Revisor *Schadegg* vom V. S. K., die Frauen *Zangger* und *Caminada* vom Genossenschaftlichen Frauenbund sowie 48 Delegierte aus 17 Vereinen begrüssen. Angesichts der grossen Anstrengungen, die die Konkurrenz in der Propaganda entfaltet, ist es klar, dass auch wir Genossenschafter alles daran setzen müssen, um unsere Position durch geeignete Propaganda und den Zeitverhältnissen angepasste Geschäftsführung zu stärken. Durch Veranstaltung von Vorträgen, wozu uns der V. S. K. Referenten zur Verfügung stellt, durch Filme, deren Vorführung ebenfalls durch den V. S. K. preislich ermöglicht wird, soll die Genossenschaftsidee im Sinne der Mitgliederwerbung neu gestärkt werden. Vom Kreisvorstand sind zwei Veranstaltungen praktischer Art, eine für Behördemitglieder und die andere für Verkaufspersonal, in nächster Zeit vorgesehen. Im Interesse der Erweiterung bestehender Genossenschaften ist die Errichtung von Filialläden und, soweit es die Verhältnisse gestatten, deren Einrichtung im Stile der heutigen Anforderungen ins Auge zu fassen.

Bezüglich der Errichtung eines Lagerhauses für den Kreis IXb in Chur konnte der Versammlung mitgeteilt werden, dass nach einlässlicher Beratung zwischen Herrn Dr. Leo Müller und dem Kreisvorstand man für gut fand, von diesem Projekt abzusehen. Dagegen soll die Belieferung mit Lastwagen im Interesse möglichst rascher Bedienung geprüft werden, wobei jedoch nicht unterlassen werden soll, mit der Rhätischen Bahn Rücksprache zu nehmen.

Ueber *Zusammenarbeit zwischen V. S. K. und Verbandsvereinen* sprach Herr Direktor *Zellweger* in seiner bekannt gründlichen und klaren Art.

In der lebhaften Diskussion sind die Meinungen verschieden. Einzelne Delegierte, z. B. die von Chur und Landquart, sind für tatkräftige Unterstützung der Aktionen bei gleichzeitigem Verlangen nach besserer Warenbelieferung durch den V. S. K., während andere die Kosten für Aktionen der Propaganda einzuschränken wünschen. So äussert sich z. B. Sils wie folgt: In einfachern Verhältnissen auf dem Lande hat die Propaganda keinen grossen Wert. Die beste Reklame ist gute, preiswürdige Ware und angenehme Bedienung. Der Votant macht im weitern folgende Anregung: Rubrik «Für die Praxis» im «Schweiz. Konsum-Verein» durch Separatabdruck dem Personal zugänglich zu machen.

In seinem Schlusswort erklärt sich Herr Direktor *Zellweger* von der Diskussion und den gefallenen Voten befriedigt. Zugleich wünscht er vermehrte Mitarbeit der Verbandsvereine am «Gen. Volksblatt». Für die im Laufe der Zeit in Aussicht zu nehmende einheitliche Modernisierung der Läden und deren Einrichtungen sind durch die Beanspruchung der hiefür geschaffenen Spezialabteilung beim V. S. K. für die Vereine ansehnliche Ersparnisse zu erwarten.

Als Ort der nächsten Frühjahrskonferenz wird *Landquart* bestimmt.

Während des Mittagessens verdankte Herr Pl. *Giger*, Präsident des KV Disentis, die Ehre der Abhaltung der Konferenz in Disentis, wobei er die Teilnehmer zu einer Besichtigung der Sehenswürdigkeiten des Mitte des 8. Jahrhunderts gegründeten Klosters einlud. Damit fand eine Genossenschaftstagung ihren Abschluss, von der alle Teilnehmer mit grosser Befriedigung heimkehrten.

Es ist interessant, wie fantastisch, wie heroisch, aber auch wie rührend sentimental Menschen in ihrem Suchen nach einer Antwort sich gebärden. Einigen beginnt es aufzudämmern, dass etwas grundlegend anders werden muss. Jeder kennt irgend jemanden, irgendeine Nation, die anders sein sollte. Aber, dass er selber einer radikalen Aenderung bedarf, kommt ihm meistens nicht zum Bewusstsein.

Frank N. D. Buchman

Für die PRAXIS

Es ist eine Lust, Verkäufer zu sein

Die unten folgenden Ausführungen entnehmen wir der «Basler Detailhandels-Post», dem «Organ der Firmen und Angestellten des Basler Detailhandels». Die Auflage der regelmässig erscheinenden Zeitschrift beträgt 3700. Sie ist in einem fortschrittlichen Geist redigiert und versucht — indem sie offenbar

sämtlichen Angestellten übermittelt

wird — diese zu fähigen, überzeugten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern heranzubilden. Kein mit der Zeit gehendes Geschäft kommt heute ohne solch direkte, ständige Aufklärung, ohne die unaufhörliche Orientierung über die Notwendigkeiten des heutigen Konkurrenzkampfes mehr aus. Das Fachblatt ist heute ein wichtiges, ein unentbehrliches Instrument im wirtschaftlichen Leistungswettbewerb. Man möge dies überall auch in unseren Genossenschaften bedenken.

Der Artikel, den wir wiedergeben, sei auch hier ein Hinweis auf die innere positive Haltung zum Beruf, die führende Kreise des Basler Detailhandels ihren Angestellten selbstverständlich zu machen suchen. Wenn es in diesem Blatt des privaten Detailhandels auch nicht an Spitzen gegen die Genossenschaften fehlt, so überwiegt doch der Leistungsgedanke. Es ist dies der Ausdruck der Erkenntnis, dass die Konsumentenschaft nicht durch wirtschaftspolitische oder gar persönliche Streitereien gewonnen werden kann, sondern nur dadurch, dass man es mindestens so gut oder noch besser zu machen sucht als die Konkurrenz. Ein von dieser Einsicht erfülltes Verkaufspersonal bedeutet im heutigen Wettbewerb eine Macht. *Die Red.*

«Wir bedienen» — das bedeutet: wir dienen. Dienen aber ist keine Schande, vielmehr höchste Leistung: wenn einmal jeder Mensch dem anderen so dient, wie der gute Verkäufer ohne Aufhebens jedem Kunden dient, dann ist das Goldene Zeitalter angebrochen.

In Zeitschriften findet man hin und wieder sogenannte «Denksportaufgaben», und es ist erstaunlich, mit welchem Eifer sich die meisten Leser darauf stürzen. Solche Aufgaben beschert der Verkäuferberuf am laufenden Band, und wer ihn ernst nimmt, braucht nie nach Zeitvertreib auszuschauen. Zuweilen braucht es beinahe hellseherische Kräfte, um auch nur herauszutifteln, was ein Kunde wünscht. Und die Nervenstärke eines Suggestionskünstlers ist vonnöten, dem Käufer zu seinem eigenen Nutzen falsche Vorstellungen über Ware und Preis auszureden.

«Der Kunde hat immer recht», heisst es. Wirklich? Er hat schon recht, weil er der Kunde ist, von dem wir leben — qui paie, commande —, aber sonst sind wir ihm meistens schon durch unsere Warenkenntnis überlegen. Da zeigt sich erst das Können des guten Verkäufers: den anderen derart auf den richtigen Entschluss zu lenken, dass er nicht in seiner Eitelkeit gekränkt wird.

Oft werden uns vom Zufall nahezu sportliche Aufgaben gestellt, die wir dann auch mit Sportgeist bewältigen.

Höflichkeit, Bescheidenheit und Takt fordert man von uns, und das sind vorzügliche Eigenschaften. Einen Wert haben sie aber erst dann, wenn wir gleichzeitig das besitzen, was allein uns zu vollwertigen Vertretern unseres Berufes macht: *unerschütterliches Selbstvertrauen.* Bei den unvermeidbaren Zwistigkeiten befinden wir uns dem Kunden gegenüber ohnehin im Vorteil. Wir wissen, was er tatsächlich benötigt.

Hier setzt unsere vornehmste Aufgabe ein: das Beraten. Gibt es etwas Hinreissenderes als unsere Pflicht, tagtäglich unzählige Menschen uneigennützig zu beraten? Sie so zu bedienen, dass sie mit uns, mit unserem Geschäft und mit sich selbst zufrieden sein können? Und bieten uns nicht gerade die schwierigen Fälle eine solche Fülle einmaliger Probleme, dass die meisten anderen Berufe daneben in ihrem Einerlei bedenklich langweilig wirken?

Als der Verfasser noch kaufmännisch tätig war, hat er sich wenig im Detailgeschäft aufgehalten, mehr nur ausnahmsweise, weil er im Büro stets genug sonstige wichtige Dinge zu besorgen hatte. Wenn er aber heute an die langen Jahre seiner Arbeit zurückdenkt, ist ihm, die im Laden verbrachten Tage bedeuteten mehr als die im Büro verbrachten Wochen und Monate. Nie mangelt ihm das Maschinengerassel und die öde Zahlenbeigerei, auch nicht das Hetzen am Telephon und was sonst zu seinen Obliegenheiten gehörte. Das Getriebe im Laden jedoch fehlt ihm manchmal, die immerwährende Schau verschiedener Menschen, welche gelaufen kamen, als hätte ein geschickter Regisseur sie zu einem märchenhaften Theaterstück herbestellt. — Freilich, das soll einschränkend erwähnt werden, schätzt man im allgemeinen nur das, was man nicht mehr hat.

Wenn man als Verkäufer seinem Beruf mit Hingabe, mit Freude und mit Verstand nachgeht, ist es, als läse man in einem spannenden Buch.

Und — das sagt euch einer, der selber leidenschaftlich gern liest und eine ganz anständige Bibliothek besitzt — kein Buch ist so interessant wie das unerschöpfliche Leben. Und kein Gebiet dieses Lebens ist so interessant wie eben der Mensch mit seinen kleinlichen Tugenden und grossartigen Fehlern.

Probiert einmal, ihr, die ihr meint, «bloss» Verkäufer zu sein, und prüft, wieviel Anregung und Kurzweil euch eure Arbeit bietet! Vergleicht sie mit der eurer Kollegen in Büro und Verwaltung, die ihr vielleicht im stillen beneidet! Tut das, und ihr werdet erkennen, dass just euer Beruf nicht nur einer der wertvollsten ist, sondern auch einer der schönsten!

Wenn jeder genug liebt und jeder genug gibt — hat da nicht jeder genug? In der Welt ist genug, um jedermanns Not zu stillen, nicht aber jedermanns Gier zu erfüllen.

Frank N. D. Buchman

Neue Wege der Verkaufsorganisation

Die Selbstbedienung im Urteil österreichischer Genossenschafter

«Die Konsumgenossenschaft», das Organ der österreichischen Konsumgenossenschaften, bringt folgende Ueberlegungen zum Fortschritt des Selbstbedienungssystems:

Dass das Selbstbedienungssystem für gewisse Käufergruppen grosse Vorteile bietet, ist unbezweifelbar. Auch in Europa wird es seinen Weg machen und über die Länder, die durch den Krieg nicht oder nur wenig gelitten haben, die also wirtschaftlich stärker sind als wir, früher oder später auch bei uns Eingang finden. Dann werden die Konsumgenossenschaften an dieser Neuordnung ebenfalls Anteil haben, ja sie müssen zufolge ihrer wirtschaftlichen Kraft sogar führend daran beteiligt sein. Die Selbstbedienung ist kein Experiment mehr, sondern ein Fortschritt, gegen den sich nur der verschliessen wird, der aus Bequemlichkeit oder aus Mangel an Initiative am Althergebrachten festhält. Wenn auch das Selbstbedienungssystem bei uns jetzt noch nicht eingeführt werden kann, so gilt es doch, es schon jetzt zu studieren und die Möglichkeiten seiner Verwirklichung zu prüfen, damit dann, wenn die Zeit dafür gekommen ist, die Konsumgenossenschaftsbewegung der privaten Konkurrenz nicht nachhinkt, sondern dieser vorangeht.

Unsere „diplomatischen Vertreterinnen"

An einer Abschlussfeier gab Herr Direktor Stoll, ACV beider Basel, den jungen Verkäuferinnen u. a. folgende Gedanken mit auf den weitern Berufsweg:

In unsere Stadt kommen wieder viele Ausländer, die auch unsere Verkaufsgeschäfte besuchen. Der Ausländer, der unsere Läden betritt, ist leicht geneigt, sich nach den Eindrücken, die er in unseren Läden gewinnt, sein Urteil über unser Land zu bilden. Ihr habt so Gelegenheit, auch hier für unser Land zu wirken als eine Art «diplomatische Vertreterinnen».

Belohnte Tüchtigkeit

von Olaf

Wie manche Angestellte können ein Lied davon singen, wie eitel Chefs sein können und wie oft sie darauf bestehen, dass ihre Anordnungen und geschäftlichen Anweisungen so ausgeführt werden, wie sie diktiert wurden und nicht anders. Nicht aber jeder Geschäftsmann ist so unerbittlich in dieser Beziehung gewesen wie der alte Rothschild. So forderte er einmal den Leiter seiner Londoner Filiale auf, an einem bestimmten Tage ein grosses Paket Aktien zu verkaufen. Da jedoch die betreffenden Aktien gerade im Steigen begriffen waren, wartete der Angestellte Rothschilds noch einige Tage ab und erzielte dann beim Verkauf einen Gewinn von 10 000 Pfund. Als er Rothschild mitteilte, er habe durch sein geschicktes Warten der Firma 10 000 Pfund mehr eingebracht, als dies an dem Tage, für den die Veräusserung anbefohlen war, möglich gewesen wäre, da antwortete Rothschild: *«Die 10 000 Pfund Mehrgewinn gehören Ihnen und nicht uns. Ihr Nachfolger wird sich in den nächsten Tagen bei Ihnen vorstellen.»*

Der Laden und das Kind

In den USA hat man ausgerechnet, dass die Geburt eines Kindes etwa Fr. 800.— Mehreinnahmen für das nächstliegende Nahrungsmittelgeschäft bedeutet. (Das Stillen der Mütter scheint dort ganz abhanden gekommen.) Während des ersten Jahres verbraucht ein amerikanisches Baby 675 Büchsen Nährmittel (Kondensmilch, Zucker, Tomatensaft, Orangensaft, Eier, Speck und Zwieback; wir zitieren wörtlich!). Aber auch die Mutter kauft während der ersten Jahre etwa zweimal soviel als sonst und hält dabei auf Qualität. Es ist bekannt, dass die Kinder-Nährmittelfabriken in den letzten zwei Jahrzehnten mehr als 400 Millionen umgesetzt haben.

Wenn wir diese «amerikanisch» klingenden Zahlen und Angaben wiedergeben, so tun wir das deshalb, um auch unseren Detailhandel auf dieses Gebiet aufmerksam zu machen. Tatsache ist, dass auch bei uns ein Baby viele Hundert Franken Kosten im ersten Jahre verursacht, die irgendein Detaillist umsetzen wird. Die Tendenz ist auch bei uns im Steigen, die Kleinkinder mit künstlichen Nährmitteln zu füttern, so bedauerlich und gefährlich es ist. Aber auch sonst gibt man — eine ganz natürliche Folge des ständig sich vergrössernden Reichtums — viel mehr für Kleidchen, Kinderwagen und Ausstattungen aus, als unsere Grossmütter sich je träumen liessen. (Man vergesse nie, dass es noch keine 200 Jahre her sind, dass selbst Königskinder auf Stroh schliefen.) Wer also mit dem Verkauf dieser Dinge zu tun hat, wird gut tun, ihnen besondere Aufmerksamkeit zu widmen, vielleicht eine Spezialabteilung dafür einzurichten. «Der Organisator», Monatsschrift

Reklame in Amerika

Aus dem Warenhaus trug man eines schönen Tages auf einer Tragbahre eine junge, hübsche Dame die Freitreppe hinab, als bereits das Sanitätsauto angesaust kam. Anscheinend war die junge Dame in Ohnmacht gefallen. Plötzlich aber hielten die Träger mit der Tragbahre an. Ein Herr trat mit einem Mikrophon bewaffnet auf die oberste Stufe der Freitreppe und verkündete den herzugeströmten Neugierigen: *«Diese Dame, die Sie hier liegen sehen, ist so überwältigt von den enorm billigen Preisen unserer Modeabteilung, dass sie das Bewusstsein verlor. Bitte überzeugen Sie sich selbst, erste Etage links!»*

Auch im Radio wird kräftig Reklame gemacht, und es gibt bekanntlich eigene Reklamesender. Die spannendsten Sendungen, selbst Konzerte mit klassischer Musik, werden unterbrochen, damit Firmen ihre Erzeugnisse anpreisen können. Neulich hörte man von einer amerikanischen Radiostation überhaupt nichts mehr während etwa fünf Minuten. Dann meldete sich der Sprecher: *«Wir übertrugen soeben das Arbeiten mit der geräuschlosen Nähmaschine der M. A. U. Corporation!»*

F. M. (Brooklyn)

Auch ein Krisenopfer

Meine Herren! Endlich habe ich unseren Sekretär des Preiskontrollamtes, Herrn Person, wieder gefunden.
(Adam)

Auf Du und Du mit Ihren Waren!

Gedanken unter einem Oelbaum

Sie sind vielleicht auch schon auf jenen steilen Felsenpfaden emporgestiegen, lieber Leser, auf jenen Felsentreppen über der weit hingegossenen Bläue des Meeres, an kleinen Kapellen vorüber, löcherigen Mäuerchen entlang, über die obersten Häuser hinaus, wo der Berg hineinführt in den blauen Himmel, der sich über der Landschaft des Südens wölbt. Da oben ist Raum zur Ausschau und Stille, die zu Betrachtungen einlädt. Nur einer kommt mit herauf und hat teil an der Einsamkeit. Auf einem letzten Fleck roter Erde zwischen den grauen Steinen hat er Fuss gefasst und Wurzeln geschlagen, und auf einem mächtigen Stamm entfaltet er, fast noch breiter und höher als in den Hainen unten, seine Krone in der flimmernden Sonne des Mittelmeers.

Wir ruhen aus in dem lichten Schatten und schauen hinauf in das silbergraugrüne Laub. Dieser edle Baum mit den schlanken Zweigen, mit den schmalen Blättern und den glänzenden, dunkeln Früchten war der Athene geheiligt, der stolzen Göttin, die auf der Akropolis thronte. Man denkt im Anblick dieser Baumgestalt an jene grossen Zeiten der Mittelmeergeschichte zurück. Man denkt an die alten Griechen, an das alte Rom, an noch Früheres, an die Menschen und Dinge, von denen die Bibel erzählt. Im Alten und im Neuen Testament und in den Werken der griechischen und römischen Schriftsteller ist immer wieder

vom Oelbaum und vom Oel

die Rede. Und immer wieder wird mit Bedeutung davon gesprochen. Jene Völker liebten in der Frucht, die sie genossen, in dem Oel, das sie gebrauchten, im Olivenholz, das sie verwendeten, etwas, das auch ihr Werk war. Sie haben irgendwo und irgendwann einmal diesen Baum aus der Wildnis hereingenommen, vermutlich als dürftiges, strauchartiges Gewächs, sie haben ihn in ihren Gärten, an den Wegen, um die Häuser und Städte gepflanzt und gepflegt und daraus das gemacht, was er jahrhundertelang war und immer noch ist: ein einprägsames Wahrzeichen der Mittelmeerwirtschaft und -kultur. Olivenhaine und Oelberge umgeben das Mittelmeer auch heute noch beinahe wie ein geschlossener Kranz. Im Heiligen Land, auf den griechischen Inseln, auf dem Festland des Balkans, soweit dort die Milde des Mittelmeerklimas reicht, in Italien, in der Provence, in Nordafrika, in Spanien und in Portugal, wo ja die atlantischen Gestade so sehr an mediterranes anklingen, in diesem weiten Länderkreis spielen die Olivenkultur und die Olivenverarbeitung eine Rolle, oft eine grosse Rolle.

Es gibt andere Oelpflanzen, die für andere Teile der Welt bezeichnend sind. Auf den Koralleninseln der Südsee, auf andern grossen und kleinen Eilanden jener warmen Meeresbereiche, immer wieder an den Küsten der Tropen erheben sich, bald in ganzen Beständen, bald in lockern Reihen, die flachen Buchten säumend wie hochgestielte Riesenblumen,

die mächtigen Fiederblattbüsche der Kokospalme.

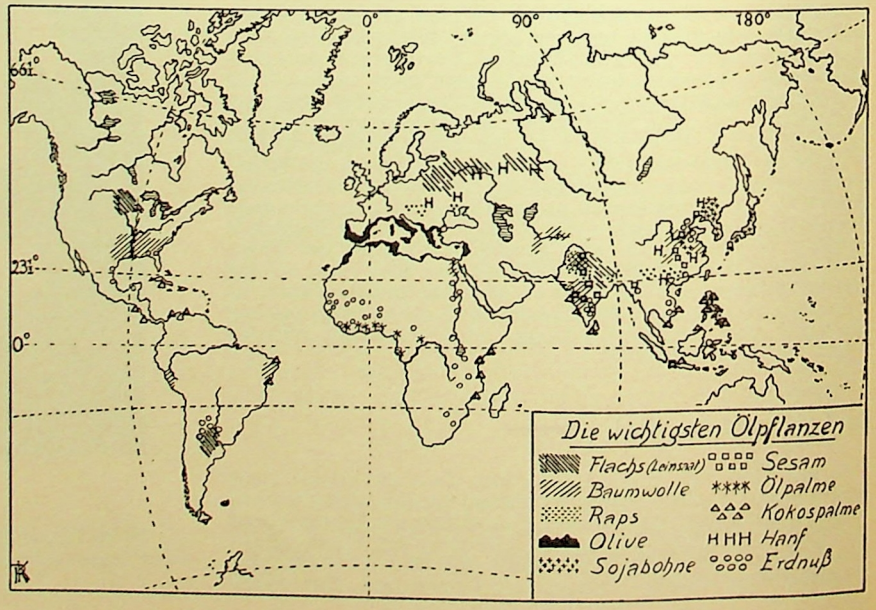
An ihnen hangen jene grossen Früchte, die mit einer dicken Bastschale jene kindskopfgrosse, steinharte «Nuss» einschliessen, in der die bekannte süssliche Milch und ein weisses, fettreiches Kernfleisch enthalten sind. Man nimmt dieses Kernfleisch heraus und trocknet es. Dann kommt es unter dem Namen *Kopra* in den Welthandel und wird von den Industrieländern in grossen Mengen zur Herstellung von Speisefett eingeführt.

Im nördlichen China, namentlich in der Mandschurei, wird massenhaft

Soja

angepflanzt. Die Sojabohne, die allerdings keine Bohne, sondern ein erbsenähnlicher Samen ist, bildet neben dem Kaoliang, einer hochgewachsenen Hirseart, die breite Grundlage der Volksernährung jener Gebiete. Sie kommt in der mannigfaltigsten Zubereitung auf den Tisch der Chinesen und Koreaner. Man geniesst sie als Sojabrei, als Sojakäse, als Sojasauce und als Sojaöl. Als Oelsaat wird sie exportiert und hat in jüngerer Zeit am Weltmarkt zunehmende Bedeutung erlangt. Man hat auch ausserhalb ihrer ostasiatischen Heimat schon Sojabohnen angebaut, damit aber nicht immer den erhofften Erfolg erzielt.

Uralt ist im Fernen Osten auch die Kultur von *Raps und Flachs* zur Oelgewinnung. Vielleicht ist jene Gegend der Welt auch eines der Stammgebiete der *Erdnusspflanze*, die auch in Afrika, vor allem im Senegalgebiet, verbreitet ist. So gut wie ganz auf Asien beschränkt ist die *Sesamkultur*. Ob der Raps und der Flachs von dort nach Europa gewandert oder ob sie auf unserem Erdteil stets heimisch gewesen sind, lassen wir dahingestellt. Jeden-



falls waren Rübsen und Leinsaat hier schon in grauer Vorzeit Rohstoff der Oelbereitung. Früh schon diente neben ihnen auch der *Hanfsamen* dem gleichen Zweck. Wieder nach Afrika weist die *Oelpalme*. Sie ist in den Ländern am Golf von Guinea zu Hause und wird dort am häufigsten in Nigeria kultiviert. Die Eingeborenen gewinnen Oel aus dem Palmfruchtfleisch. Die Palmkerne werden in grossen Mengen ausgeführt und von der europäischen Fettindustrie verarbeitet.

Ein charakteristischer Rohstoff der amerikanischen Fettwirtschaft ist die

Baumwollsaat

Ehemals hat man die Baumwollkerne als Abfall der Baumwollentkörnung einfach weggeworfen oder bestenfalls als Dünger verwertet. In den Jahren der zunehmenden Nachfrage nach Fetten besann man sich aber auf den reichen Fettgehalt dieser Körner, und seither ist ein grosser Teil der Fettindustrie der Vereinigten Staaten, aber auch der übrigen Welt, auf der Verarbeitung der Baumwollsaat aufgebaut.

Pflanzenöl — man sagt auch, wenn die Substanz bei gewöhnlicher Temperatur fest ist, Pflanzenfett — gewinnt man noch aus andern Gewächsen. Es sind ihrer so viele, dass wir hier nicht einmal alle mit Namen anführen können. Es gibt unter ihnen tropische und nichttropische Pflanzen, auffallende und bescheiden zurücktretende Geschöpfe, sehr gesuchte Spezialitäten und gewöhnliche Erzeugnisse der Natur, weit Verbreitetes und streng auf gewisse Kulturkreise Beschränktes. Wir wollen hier nur eine Auslese nennen: die *Sonnenblume*, wichtig in Südrussland; den *Mohn*, seit jeher ein markantes asiatisches Garten- und Feldgewächs; die *Rizinusstaude*, ebenfalls in Asien, namentlich in Indien stark vertreten, aber auch in andern tropischen und tropennahen Ländern angebaut; und schliesslich, als Zeugen der vielfältigen, hochentwickelten Kulturflora Ostasiens, jenen seltsamen, der Familie der Wolfsmilchgewächse angehörenden Baum, der das chinesische Gewerbe und die Industrie der übrigen Welt mit *Tungöl* versieht — dem Leser vielleicht eher als Wood Oil oder Holzöl schon begegnet.

Dr. Kg.

Dörrbirnen und Birnendicksäfte sind wertvolle und preiswürdige Nahrungsmittel

Von Dr. Ad. Hartmann, Aarau

Diese während des Krieges als Nahrungsmittel geschätzten Produkte haben leider an Absatz stark eingebüsst, seitdem wieder mehr Zucker vorhanden ist. Es bestehen in unserem Volke Vorurteile über den Nährwert und die Preiswürdigkeit von Dörrbirnen und Birnendicksäften. Die folgenden Tabellen und Erläuterungen sollen die Vorurteile beseitigen und diese Nahrungsmittel ins richtige Licht setzen.

Kalorienwert von Dörrobst und Birnendicksaft im Vergleich zu andern Nahrungsmitteln: Dörrobst hat im Mittel 2200, Birnendicksaft, 43° Baumé, 2800 Kalorien je Kilo.

	Kalorien	in % von Dörrobst	in % von Dicksaft
Spinat	107	4.8 %	3.8 %
Kabis	151	7 %	5,4 %
Rosenkohl	311	14 %	11 %
Frischobst	570	26 %	20 %
Milch	640	29 %	23 %
Süssmost	662	30 %	24 %
Kartoffeln	940	43 %	34 %
Fleisch	1740	79 %	62 %
Magerkäse	1900	86 %	68 %
Dörrbirnen	2200		79 %
Brot	2300	105 %	82 %
Hülsenfrüchte	2600	118 %	93 %
Birnendicksaft	2800	127 %	
Teigwaren	3410	155 %	122 %
Fettkäse	3990	181 %	142 %
Fabrikzucker	4000	182 %	143 %
Fett	8900	405 %	318 %

Um ein Bild zu bekommen über die Preiswürdigkeit der Kalorien von Dörrobst und Birnendicksaft sei auf folgende Tabelle verwiesen:

Für 1000 Kalorien bezahlt man in den folgenden Nahrungsmitteln:

	Preis per Kilo Fr.	Kalorien	Fr.
Brot	—.48	2300	—.20[1]
Kartoffeln	—.25	940	—.27
Fabrikzucker	1.24	4000	—.31[2]
Teigwaren	1.60	3410	—.47
Fette, Oele	4.20	8900	—.47
Frischobst	—.35	570	—.61
Hülsenfrüchte	1.65	2600	—.63
Milch	—.45	640	—.70
Dörrbirnen	1.70[3]	2200	—.77
Obstdicksaft	2.35[3]	2800	—.84
Butter	8.80	8900	1.—
Fettkäse	4.80	3990	1.20
Magerkäse	2.50	1900	1.30
Rosenkohl	1.20	311	3.90
Kabis	—.70	151	4.60
Fleisch	8.10	1740	4.65
Spinat	—.70	107	6.50

[1] Bundessubvention [2] einseitige Nahrung
[3] Mittlere Produzentenpreise, laut Bericht der Alkoholverwaltung

Während des Krieges und bis heute wird das Nahrungsbedürfnis des Menschen einfach und zahlenmässig in Kalorien ausgedrückt. Das ist aber eine sehr einseitige und sehr unvollständige, dem physiologischen Bedürfnis des Menschen in keiner Weise angepasste Darstellung des Nährwertes.

Milch, Brot, Kartoffeln, Gemüse, Obst und Obstprodukte haben eine mannigfaltige Zusammensetzung und daher einen viel höhern Nährwert, als man aus der Kalorienzahl schliessen würde. Neben wärmespendenden Stoffen enthalten diese Nahrungsmittel noch Baustoffe, Betriebsstoffe, Mineralstoffe und Vitamine.

Dörrbirnen enthalten neben drei Zuckerarten mehrere Fruchtsäuren, Eiweisse, Pektine, Zellulose und Aschenbestandteile. Dörrobst ist daher eine vortreffliche und auch den Hunger stillende Nahrung.

Birnendicksaft enthält viel mehr Zucker als Dörrbirnen und daneben Fruchtsäuren und sehr viel Mineralstoffe, aber wenig Eiweiss, keine Pektine und keine Zellulose.

Birnendicksaft ist ein sehr guter Kalorienspender, liefert je Kilogramm 2800 Kalorien und liefert diese billiger als Fleisch oder Gemüse, Käse oder Butter. Er enthält nur 20 % Wasser und 80 % Trockenrückstand. Die Analyse ergibt drei Zuckerarten mit total 64 % Zucker, Fruchtsäuren, Spuren von Eiweiss und 1,5 bis 2 % Mineralstoffen. Im Birnendicksaft und besonders in seinen Mineralstoffen sind rund 20 chemische Grundstoffe, Metalle und Nichtmetalle in ungefähr gleicher Zahl vorhanden, wobei aber die Metalle gewichtsmässig stark überwiegen, so dass der physiologisch gewünschte Basenüberschuss reichlich vorhanden ist. Obstdicksaft ist ein viel allseitigerer und natürlicherer Zucker als Fabrikzucker. Dieser ist durch die zweimalige Kristallisation von allen Begleitstoffen aus der Pflanze, auch von den Mineralstoffen, beraubt worden und dadurch das einseitigste Nahrungsmittel des Menschen; er ist sogar ein arger Vitamin- und Mineralstoffresser.

Wir sollten daher unsern Fabrikzucker-Konsum auf ein vernünftiges Mass einschränken und soweit als möglich zum Naturzucker zurückkehren.

Der beste wäre der Bienenhonig. Da er aber nur in kleinen Mengen und zu hohen Preisen erhältlich ist, kann er die Lücke nicht ausfüllen. Viel ausgiebiger ist der Birnendicksaft aus unsern gewerblichen Mostereien, die ihn in über 30 Konzentrieranlagen herstellen. Birnendicksaft kann wie Honig oder Konfitüre auf das Brot gestrichen werden; das ist die beste Verwendung. Er ist aber auch geeignet zum Süssen der meisten Speisen, besonders von Obstspeisen, und zur Herstellung von Gebäcken aller Art und ist mit Wasser verdünnt ein viel besseres Getränk als Zuckerwasser.

Die allerneueste Birnendicksafthersstellung in unsern modernen Mostereibetrieben liefert ein bestes Produkt und gibt den Mostbirnbäumen neuerdings eine Existenzberechtigung.

Schweiz. Zeitschrift für Obst- und Weinbau

Gutes leisten — auch in der Werbung!

Über das Textinserat

Inserieren ist heute mehr denn je eine kostspielige Angelegenheit. Gerade deswegen ist es verwunderlich und in einem gewissen Sinne unerklärlich, wie in vielen Fällen Textinserate lieblos und trocken abgefasst und publiziert werden. Da werden einfach eine Reihe Artikel aufgezählt — oft sogar ohne Preisangabe — der Name des Vereins oder des Geschäftszweiges darunter oder darüber geschrieben und Schluss. Man merkt solchen «Inseraten» förmlich an, wie ihr Verfasser sich noch fünf Minuten vor zwölf Uhr gehässig an die Schreibmaschine gesetzt hat, lediglich darauf bedacht, so schnell als möglich ein Inserat herzuschluddern. Nicht wahr, das Geld ist ja sowieso zum Fenster hinausgeworfen — man inseriert ja nur, weil die andern es auch müssen.

Sicherlich, meine Herren, auf diese Weise *wird* Ihr Geld bestimmt zum Fenster hinausgeschmissen. Da kommt es wirklich nicht darauf an, ob Sie inserieren, oder ob Sie es sein lassen. Derartige Publikationen nützen tatsächlich keinen Deut, aber daran sind Sie selber schuld.

Sehen Sie, Textinserate können nicht einfach nur aus dem Ärmel geschüttelt werden, und wenn Sie nur noch fünf Minuten Zeit übrig haben, um diese Aufgabe zu erledigen, dann lassen Sie es lieber bleiben.

Wenn Sie aber Wert darauf legen, ein Inserat zu *gestalten*, dann müssen Sie diesem Werbemittel mindestens soviel Zeit widmen wie jedem andern Problem, das Sie sonst mit Sorgfalt und Überlegung zu lösen trachten. Ihr Inserat soll *verkaufen* — *muss* verkaufen, sonst würde sich der kostspielige Zeilenpreis gar nicht lohnen. Sie sollen und müssen bewusst und aus kaufmännischen Überlegungen inserieren und nicht einfach deswegen, weil die andern es auch tun.

Erstens: Kein Wareninserat ohne Preis!

Wenn Sie in Ihren Schaufenstern Ware ausstellen, dann sind Sie doch auch darauf bedacht, jeden Artikel preislich auszuzeichnen. Betrachten Sie nun ein Inserat einfach gewissermassen als ein zusätzliches Schaufenster, und unsere Forderung wird Ihnen sofort einleuchten. Das Publikum weiss ja, dass der Konsum Lebensmittel, Textilien, Schuhe und anderes mehr verkauft — aber es möchte gerne wissen, was alle diese Dinge bei Ihnen kosten.

Zweitens: Kein Inserat ohne die Bemerkung «Alles mit Rückvergütung!»

Die Rückvergütung unterscheidet uns ja von der privaten Konkurrenz. Die Rückvergütung macht den Einkauf vorteilhafter. Das muss man aber den Leuten sagen, ihnen immer wieder einhämmern. Denn unsere Welt vergisst schnell.

Und drittens: Verkaufen Sie nicht nur Ware, sondern vorab die Vorzüge Ihrer Waren!

Hermann Ullstein, ein weltberühmter Reklamemann, schreibt darüber:

«Niemand kauft Gegenstände um Ihrer selbst willen, sondern man kauft den *Nutzen*, die *Freude*, die *Annehmlichkeit*, die sie vermitteln. Deshalb, stellt den Nutzen, die Freude, die Annehmlichkeit heraus, die die Ware bringt! Verkauft die Wirkung, statt die Ware!» Wer diese Zeilen liest, der weiss auch, was wir sagen wollten, als wir davon schrieben, dass ein lieblos und trocken verfasstes Inserat nicht verkaufen kann. Es geht einfach darum, den Text, die Sprache, so zu gestalten, zu formulieren, dass der Leser *aufmerksam* gemacht wird, dass er *liest*, dass er sich *überzeugen* lässt, dass er *kauft*.

Nehmen wir als Beispiel Konserven. Jetzt ist ja sowieso Konservenzeit. Wie fade und nichtssagend ist ein Inserat, das nichts als eine lange Leiter verschiedener Konservensorten aufweist. Verkaufen wir doch an Stelle der Dosen das erntefrische Aussehen des Inhalts, den herrlichen Geschmack, die kurze Zubereitungsdauer. Hier einige Texte, wie man es machen kann:

Nur noch zehn Minuten

dann kommen Mann und Kinder nach Hause. Bereiten Sie das Essen mit Konserven, und man wird Ihre Kochkunst loben!

Das fixfertig zubereitete Essen in der Konservenbüchse

spart Zeit und schützt vor Überraschungen. In wenigen Minuten ist es heiss gemacht und schmeckt, als ob Sie es selbst gekocht hätten.

Gerade so gut wie das von Ihnen gekochte Essen mundet der Inhalt aus unseren Konservendosen. Und damit es nicht vergessen sei:

Mit Konserven geht es zehnmal schneller!

Sie fahren besser mit den Konserven aus dem Konsum.

Bei gleicher Qualität wie anderswo erhalten Sie bei uns noch Rückvergütung!

Als ob sie eben geerntet wurden, so fein und frisch sind unsere

Früchte- und Gemüsekonserven!

Selbstverständlich mit Rückvergütung

Herr Verwalter! Nehmen Sie sich Zeit beim Abfassen Ihrer Inserate. Vergessen Sie nicht: Ein schlechtes Inserat vermehrt Ihre Unkosten. Ein gutes Inserat lohnt Ihnen hundertfach die dafür aufgewendeten finanziellen und geistigen Anstrengungen! H.

Die Spanisch-Brötli-Bahn im Schaufenster des St. Annahofes

In der *«Neuen Zürcher Zeitung»* war noch vor Beginn der Zürcher und Badener Festlichkeiten zur Hundertjahrfeier der ersten schweizerischen Eisenbahn folgendes zu lesen:

«Die Spanisch-Brötli-Bahn im Schaufenster. Die Modellspielereien mit der Spanisch-Brötli-Bahn erinnern uns an jenes russische Spielzeug, bei dessen

Öffnen jedesmal ein ganz genau gleiches, nur etwas verkleinertes zum Vorschein kommt. Von der ‚originären' Spanisch-Brötli-Bahn, die in den nächsten Tagen nach ihrer Tour de Suisse im Triumphzug über ihre eigenste Strecke geführt wird, bis hinab zum Westentaschenformat für Kinderhändchen sind sozusagen alle Masstäbe vertreten. Nach den Angaben des Konservators des Schweizerischen Eisenbahnmuseums in Zürich, Ing. Eugène Fontanellaz, *wurde in der Dekorationsabteilung des Lebensmittelvereins Zürich ein der Ahnin sauber nachgebildetes neues Modell hergestellt*, das um einiges kleiner ist als das im Kinderumzug des letzten Sechseläutens mitgeführte Züglein. *Über sieben Schaufenster des Kaufhauses St. Annahof* erstreckt sich, durch kaschierte Tunnel-Ein- und -Ausgänge jeweils unterbrochen, der schmale Schienenstrang der Spanisch-Brötli-Bahn, auf dem in historisch getreuer Komposition der niedliche Zug mitten durch eine phantasievolle Schweizer Landschaft als Hintergrund und die den Weg säumenden Warenauslagen, wohlverstanden als «Standbahn», seinem Ziel entgegenstrebt. Im ersten Fenster erwarten biedermeierliche Fahrgäste die Ankunft des Zuges, während in den beiden letzten das freie Feld sich dehnt und eine anachronistische Barriere — die damaligen Schranken mögen wesentlich einfacher ausgesehen haben — den Fussgänger zur Vorsicht ermahnt. Die attraktive Ausstellung bildet eine reizende Illustration zum Kapitel: ‚Hundert Jahre Schweizer Eisenbahnen'.»

*

Zu den gleichen Schaufenstern hiess es im «Volksrecht» u. a.:

«Eine hervorragend dekorative Leistung ist da vollbracht worden, und wenn es auch kein Einsteigen und Mitfahren gibt, so werden doch jung und alt an dieser zweiten Spanisch-Brötli-Bahn ihre helle Freude haben.»

Der englische Staat als Inserent

Konsumlenkung durch Propaganda

* Die Engländer als realistische und sachliche Menschen geben sich selbst über die Notlage, in der sich ihre eigene Wirtschaft im Augenblick befindet, keiner Täuschung hin. Während im Handelsteil ihrer Blätter ohne Nachsicht die schwere wirtschaftliche Lage dargelegt wird, treibt die Regierung keine «Vogel-Strauss-Politik» und wendet sich mit ihren Wünschen und Sorgen direkt an das Volk. Hiebei bedienen sich die Regierung und die einzelnen Ministerien jeder Art von Werbung und somit auch der Inseratenwerbung in den Zeitungen.

Inserate fordern zur Sparsamkeit auf

In England hat der Staat erkannt, welch grosse Rolle der Werbung in der Menschenführung zufällt, und so erklärt es sich, dass man in englischen Zeitungen Inserate findet, in denen zur Sparsamkeit aufgefordert wird, die Hinweise auf die Exportschwierigkeiten enthalten, die Erklärungen abgeben, weshalb Warenverknappungen in England notwendig sind, die Ratschläge geben, wie Kohle und Fett gespart werden können, usw. Uns interessiert heute vor allem eine in zwangloser Form erscheinende Inseratenserie, die vom englischen Ernährungsministerium herausgegeben wird. Diese Inserate sind an sich sehr interessant und sollten in der den Verhältnissen angepassten Form in jedem anderen Staate nachgeahmt werden.

In diesen Inseraten wendet sich das Ernährungsministerium an die Hausfrauen und teilt ihnen Ratschläge, Rezepte mit, gibt Hinweise, wie Brennstoff gespart werden kann. Der Konsum wird auf diese Weise gelenkt, und den Hausfrauen wird einerseits die Arbeit erleichtert; anderseits wird klargemacht, warum und weshalb an diesem und jenem ein Mangel besteht. Ferner enthalten diese Inserate Aufschlüsse und Hinweise auf die laufenden Kartenperioden.

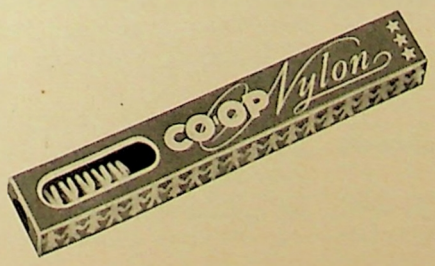
Der Fall von Mrs. Ware

Wir wollen zwei dieser Inserate betrachten, wie sie in den englischen Tageszeitungen erscheinen. Eine kleine Zeichnung stellt eine Hausfrau bei der Küchenarbeit dar. Ihre beiden Kinder schauen zu. Die Ueberschrift sagt: «*Der Fall von Mrs. Ware*», klein gedruckt folgt der Text: «*Aus einer Konversation in der Beratungsstelle des Ernährungsministeriums. Frau Ware beschwert sich, dass ihre Familie das von ihr zubereitete Gemüse nicht würdigt und meistens auch nicht isst.*» Nun folgt eine Erklärung, dass Frau Ware offenbar nicht den richtigen Weg kenne, um Gemüse richtig zu kochen und es so zuzubereiten, dass es schmackhaft ist. Nun erst folgt unter der Ueberschrift: «*Die Kunst, Kohl zu kochen*», der eigentliche Zweck des Inserates — ein Kochrezept zur Zubereitung von Kohl.

Ein zweites Inserat wendet sich mit der Schlagzeile: «*Wenn Ihr Ofen warm ist, so kochen Sie doch einige Speisen mit*», an die Oeffentlichkeit und fordert auf diese Weise auf, Kohle zu sparen und die Wärme des Ofens auszunützen. Diese Inseratenserie passt zu der in England laufenden Werbeaktion, wonach bis zum Winter die Haushalte Einsparungen von 2 500 000 Tonnen Kohle durchführen sollen.

In diesem Falle lautet der Text, es lohne sich, wenn der Ofen sowieso schon brennt, noch einige Speisen aufzustellen, die oft am nächsten Tage kalt genossen werden können. Es folgen vier Rezepte, begleitet von vier kleinen Zeichnungen. Vorgeschlagen werden Fleischpastete, Fischpastete, Biskuits und Fisch in Aspik, wobei bei letzterem darauf hingewiesen wird, dass man kein Fett benötigt. Diese zwei Beispiele zeigen, dass die englische Regierung durch die Reklame den richtigen Weg beschritten hat, um ihre Wünsche in der modernen Form ihren Bürgern bekanntzugeben.

Eine gediegene Packung wirkt



Die Seite der Ehemaligen

GENOSSENSCHAFTLICHES SEMINAR. STIFTUNG VON BERNHARD JAEGGI

LIEBE EHEMALIGE

Aus Briefen und Gesprächen erfahre ich, dass *Kollegialität* in letzter Zeit merkwürdig oft zu einem Problem wird. Ihr sollt aber darob nicht zu schlaflosen Nächten und freudlosen Tagen kommen; wir wollen gemeinsam die Lösung suchen.

In allen mir bekannt gewordenen Fällen liegt die Schwierigkeit nicht etwa in der Bosheit einer Kollegin oder in einer böswilligen Handlung, sondern in ihrer unüberlegten, gedankenlosen Handlungsweise. Und gerade diese Ahnungslosigkeit oder Uneinsichtigkeit ist es, die das Verhalten erschwert.

Die Theorie lehrt uns, dass Aufrichtigkeit und Hand-in-Hand-arbeiten in Ehren gehalten werden müssen, wenn Kollegialität Bestand haben soll. Nun ist aber in diesen Fällen gerade das Aufrichtigsein so schwer, weil die Kollegin, die vielleicht noch bedeutend älter ist als Ihr, von der Richtigkeit ihrer Handlungsweise voll und ganz überzeugt ist, während die Mitglieder sich bei Euch mehr oder weniger heftig über diese Kollegin beklagen. Es widerstrebt Euch, diese Mitglieder einfach an Euch persönlich heranzuziehen, und Ihr seht auch ein, dass damit dem Uebel doch nicht gesteuert wird: die Zahl unzufriedener Mitglieder nimmt vielleicht Woche für Woche zu.

Ihr seht zwei sehr naheliegende Möglichkeiten: Einmal könntet Ihr die unzufriedenen Mitglieder bitten, ihre Beschwerde bei der fehlbaren Kollegin selber vorzubringen. Voraussetzung für ein gutes Ergebnis ist dann aber, dass dieses Mitglied taktvoll genug ist, Eurer Kollegin nicht zu sagen, Ihr hättet es «geschickt», sonst besteht die Gefahr, dass die Kollegin sich in eine Trotzstellung verrammt, aus der sie nur schwer wieder heraus kann. Und auf Euch lastet dann natürlich der Vorwurf der Unkollegialität.

Die andere Möglichkeit wäre die, dass Ihr mit Eurer Schwierigkeit zu Eurem Vorgesetzten geht und seine Intervention erbittet. (Wenn das ein Herr Verwalter liest, wird er wahrscheinlich vor sich hin flüstern: «Jo, süsch hämmer grad nüd z'tue!») Damit zieht Ihr Euch aber den Vorwurf der «Rätscherei», der «Hinterhältigkeit» oder gar der «Ellenbogenstreberei» zu. Von Eurer Kollegialität werdet Ihr diese Kollegin kaum mehr überzeugen können.

Das Richtige hebt sich nun langsam von selber ab, nicht wahr?

Sei die Situation, wie sie wolle, so werdet Ihr unter allen Umständen *bedauern*, dass das «in unserm Laden» oder «in unserer Genossenschaft» passiert ist. (Ihr bezieht Euch also mit ein.) Ihr werdet der Klägerin Verständnis zeigen und sie so gut als möglich zu beruhigen suchen; das erreicht Ihr rascher und nachhaltiger mit einer aufmerksamen, höflichen Haltung und einer dienstbeflissenen Freundlichkeit als mit einem Schwall von Entschuldigungsphrasen. Sagt nur ja nicht: «Si *müen villmoll* entschuldige!» Denn erstens *muss* das Mitglied nicht entschuldigen, und zweitens reicht es, wenn es *einmal* entschuldigt; für ein zweites Mal bleibt ja dann nichts mehr übrig.

Wo es sich um einen einmaligen Fehler handelt, werdet Ihr die Kollegin zu entlasten suchen oder, wo das nicht angeht, ihren Namen so wenig als möglich im Gespräch erwähnen. Ist diese Kollegin anwesend, so könnt Ihr sie so ruhig als möglich orientieren und sie dann selber zu Wort kommen lassen, wenn die Klägerin das zulässt; im schlimmsten Fall soll sie lieber schweigen, vielleicht sogar «verschwinden». In diesem Falle bleibt Euch erspart, der Kollegin eindrücklich zu machen, dass sie falsch gehandelt hat. Ist die fehlbare Kollegin nicht anwesend, so werdet Ihr sie nachträglich (wenn die Aufregung bei Euch selber verebbt ist!) ruhig und sachlich orientieren und ihr so schonend, wie es Euch angemessen scheint, zur Einsicht verhelfen, wo sie gefehlt hat.

Handelt es sich aber um eine schlechte Gewohnheit, um etwas, was täglich Anlass zu Unzufriedenheit und Unannehmlichkeiten gibt, ja sogar zu Mitgliederverlusten führen kann, so überlegt Euch zuvor, wie Ihr das Eurer Kollegin nahebringen wollt: platzt nicht einfach damit heraus. Eine Kollegin könnt Ihr natürlich *belehren;* aber vielleicht dürft Ihr *raten.* Wird die Kollegin grob, fängt sie gar an zu «gifteln», dann warnt sie, *bevor* Ihr Vorgesetzte zu Rate zieht; dann ist der Vorwurf der «Rätscherei» oder «Hinterhältigkeit» nicht mehr berechtigt.

Wenn diese Kollegin klug ist, wird sie sich beim Mitglied entschuldigen, dem sie Aerger verursacht hat, oder sie wird stillschweigend ihre Taktik ändern, wenn sie zu einem besseren Standpunkt gelangt ist — und Euch wird sie für Euern Hinweis dankbar sein.

Vergrät's nach diesem Rezept, dann schreibt mir. Wisst Ihr ein besseres, dann schreibt mir auch, und zwar von jetzt an ins Freidorf 79, von wo aus ich Euch herzlich grüsse.

Liny Eckert

Bibliographie

Schweizerisches Jugendschriftenwerk (SJW). Mit Beginn der Herbstsaison hat das Schweizerische Jugendschriftenwerk eine erste Serie neuer Hefte herausgebracht:

J. Zürn: «Der junge Mozart» (von 12 Jahren an). Das Wunderkind Mozart als Klavierspieler und Komponist.

S. Lagerlöf: «Karr und Graufell» (von 11 Jahren an). Karr, der Hund, schliesst mit Graufell, dem Elch, Freundschaft.

J. Reinhart: «Der Besuch im Himmel» und *«Sahlis Hochwacht»* (von 12 Jahren an). Zwei Kinder wollen ihrer verstorbenen Grossmutter ein Halstuch in den Himmel bringen. — Während des Deutsch-Französischen Krieges besorgt Sahli, ein Verdingbub, wie einst die Vorfahren, die Hochwacht und findet dabei den Erfrierungstod.

Max Lattmann: «Röbi findet Freunde» (von 11 Jahren an). Röbi muss ins Sanatorium. Der heimwehkranke Bub findet in der Kinderheilstätte liebe, aufrichtige Freunde, die ihm sein Los tragen helfen, so dass er gesund und bereichert wieder zu den Seinen zurückkehren kann.

E. Eberhard: «Hütet euch am Morgarten» (von 12 Jahren an). Packend wird erzählt, wie es am Morgarten zum Siege kam.

K. Wehrli: «Fritz reist nach China» (von 11 Jahren an). Erlebnisse eines Buben auf der weiten Fahrt nach China.

E. Eschmann: «Aus Gottfried Kellers Jugendzeit» (von 12 Jahren an). Gottfriedli wächst in den engen Quartieren der Zürcher Altstadt auf. Der Aufstieg fällt ihm nicht leicht, da er seinen Vater früh verloren hat. Er wird gar — durch eine ungerechte Hetze — aus der Schule gewiesen und sucht Trost und Zerstreuung auf dem Lande.

L. Perrin: «Jocko» (von 9 Jahren an). Wer ist Jocko? — Ein reizendes Aeffchen, das einen Streich nach dem andern ausführt.

«Kaufmännische Erwachsenenschulung». Festgabe zum 60. Geburtstage von Joseph Burri, herausgegeben von Ernst Weidmann und Albert Märki. 136 S. Verlag des Schweizerischen Kaufmännischen Vereins. Fr. 7.—.

* Ueber die Entwicklung der «Hochschule der Kaufmännischen Angestellten» ist die breitere Oeffentlichkeit wenig orientiert. Ein besonderes Verdienst am Aufbau dieses Schultypus hat Dr. J. Burri, Rektor der Handelsschule des Kaufmännischen Vereins Zürich.

In dem schön ausgestatteten Band sprechen berufene Fachleute über die Entwicklung und die Probleme der einzelnen Gebiete der kaufmännischen Angestelltenschule: Betriebliches Rechnungswesen — Büroorganisation und Arbeitstechnik — Wertpapierkunde — Geschäftskorrespondenz — Aussenhandel — Reklame — Bankwesen.

Besondere Kapitel orientieren über die eidgenössischen Fachdiplome und die Methodik der Angestelltenkurse. Wie vielseitig und interessant die stofflichen und methodischen Fragen kaufmännischer Angestelltenschulung sind, zeigt anschaulich dieser Band. Dieser gibt den kaufmännischen Angestellten wertvolle Hinweise für ihren Ausbildungsweg.

Die Leiter höherer Angestelltenkurse unterrichtet er über methodische und stoffliche Fragen ihres Gebietes. Er gibt auch dem Geschäftsleiter, vor allem dem Personalchef, wichtige Hinweise über die Ausbildungsmöglichkeiten seiner Mitarbeiter.

Moderne Briefgestaltung. *Ernst Lattmann.* Lehrbuch und Nachschlagewerk. Zweckmässigste Erledigung der Korrespondenz. Bildungsverlag Gropengiesser. 103 Seiten, mit Darstellungen und Beispielen. Broschiert Fr. 5.—.

* Die vorliegende Schrift enthält alles Wesentliche, vom Briefkopf bis zum Versand. Mancher Geschäftsbrief kostet mehr als diese Schrift.

Das Jahr der Rebe. — 50 Jahre VOLG-Weine. * Es war ein zweifelhaftes Beginnen, als der 1886 gegründete VOLG sich schon 1897 — also vor 50 Jahren und dazu in einer Zeit des Niedergangs der einheimischen Weinkultur — anheischig machte, den ostschweizerischen Rebbauern u. a. auch bei der Verwertung ihrer Weine behilflich zu sein. Hier konnten nur Mut, freudiges Streben, zähe Ausdauer und vor allem eine grosse Liebe zur Sache zum gesteckten hohen Ziele führen.

Zur Feier dieses Jubiläums hat der VOLG ein besinnliches Jubiläumsbändchen, *«Das Jahr der Rebe»*, herausgegeben. Der Gedichtzyklus ist feinbesaitete und zugleich bodenrauhe Sprache von *Hermann Hiltbrunner*, zu der *Fritz Deringer* mit seiner treffsicheren Tuschfeder die passenden Begleitbilder gezeichnet hat.

Die Bewegung im Ausland

Deutschland. *«Alte Volksfürsorge» wieder in Tätigkeit.* Die Volksfürsorge-Lebensversicherungs-Aktiengesellschaft der Deutschen Arbeitsfront wurde aufgelöst. Gleichzeitig wurde von den Gewerkschaften und Genossenschaften die «Alte Volksfürsorge», Gewerkschaftlich-Genossenschaftliche Lebensversicherungsaktiengesellschaft, ins Leben gerufen. Durch diesen Akt hat diese Gesellschaft ihren ursprünglichen Charakter, der ihr seit der Gründung im Jahre 1912 bis zum Zeitpunkt der Machtübernahme durch den Nationalsozialismus im Jahre 1933 zu eigen war, wiedererlangt.

In den Vorstand, der bisher von Generaldirektor Emil Thiele allein repräsentiert wurde, ist von dem neuen Aufsichtsrat der Gesellschaft als zweites Vorstandsmitglied Direktor Hans Weisshaar berufen worden.

Norwegen. *Mitgliederstruktur in den norwegischen Genossenschaften.* * In der beruflichen Zusammensetzung der Mitgliedschaft der norwegischen Konsumgenossenschaften haben sich seit 1930 grosse Veränderungen vollzogen. Der Genossenschaftsgedanke hat wesentlich an Boden gewonnen bei den Landwirten und vor allem bei den Fischern. Von dem seit 1930 eingetretenen Zuwachs von 130 000 Mitgliedern entfallen 65 000 auf die Fischereiindustrie und die Landwirtschaft, deren prozentualer Anteil an der Gesamtmitgliedschaft von 31,2 auf 41,4% gestiegen ist.

Schweden. *Neue Projekte für Kollektivversicherungen.* * Die schwedische Versicherungsgenossenschaft «Folket Samarbete» ist im Begriffe, ihren Versicherungsabteilungen zwei neue anzugliedern, nämlich die Versicherung vorschulpflichtiger Kinder und der Parlamentsmitglieder. Nach dem vorliegenden Projekt können die Konsumgenossenschaften die noch nicht schulpflichtigen Kinder ihrer Mitglieder kollektiv gegen die Folgen von Unfällen versichern; die Prämien fallen zu Lasten der betreffenden Genossenschaften. Bereits haben zahlreiche Genossenschaften, darunter diejenige von Stockholm mit 125 000 Mitgliedern, dem Projekte zugestimmt.

Was die Parlamentsmitglieder anbetrifft, so ist ihnen die Möglichkeit geboten, sich durch die politische Gruppe, der sie angehören, kollektiv gegen die Folgen von während der Dauer ihres Mandates sich ereignenden Unfällen versichern zu lassen, sei es für ein Jahr, sei es für die Dauer einer Session. Bereits hat eine Gruppe für alle ihre Mitglieder eine solche Versicherung abgeschlossen.

Aus unserer Bewegung

Olten. *Eine Ehrung der ältesten Mitglieder des Consumvereins Olten* wurde am 9. November in einfacher, würdiger Weise vorgenommen, die von seiten der Geladenen dankbare Aufnahme fand. Den vom Verwaltungsrat erlassenen 142 Einladungen leisteten 126 Teilnehmer Folge. Es war rührend zu sehen, mit welcher Freude und Dankbarkeit die ältesten Genossenschafterinnen und Genossenschafter zu dieser eigenartigen Feier erschienen. Teils kamen Mann und Frau zusammen, teils war nur noch ein Ehepartner am Leben. — Bald waren die Veteranen der 8500 Mitglieder zählenden Genossenschaftsfamilie in lebhaftem Gespräch; es wurden alte, liebe Erinnerungen aufgefrischt. Sieben Mitglieder mit 63 Mitgliedschaftsjahren sind noch heute am Leben. Die älteste anwesende Genossenschafterin, Frau *Wullschleger*, Aarburg, kann auf 95, und zwei weitere Frauen können auf 93 Jahre, der älteste Genossenschafter, Fritz *Zangger*, Olten, kann auf 91 Jahre zurückblicken.

Während des Mittagessens begrüsste namens des Verwaltungsrates Herr Präsident *Schädeli* die sich aus allen Bevölkerungsschichten von Olten und Umgebung zusammensetzenden Gäste, indem er ihnen für ihre jahrzehntelange Treue dem CVO gegenüber herzlich dankte. Mit einigen wenigen Zahlen gab er ein Bild von der Entwicklung unserer Genossenschaft. 1862 wurde der CVO gegründet; er existierte somit schon 28 Jahre, als der V. S. K. im Jahre 1890 in Olten, im Hinterlokal des Restaurants «Gotthard», gegründet wurde. Von 552 dem V. S. K. angeschlossenen Genossenschaften ist der CVO der fünftälteste Verein; er wird dieses Jahr im Umsatz die 9-Millionen-Grenze überschreiten. — Gediegene musikalische und gesangliche Vorträge sowie Darbietungen der genossenschaftlichen Jugendgruppe hielten die Festgemeinde einige Stunden beisammen. Spontan gaben die Veteranen ihrer Dankbarkeit Ausdruck, besonders auch noch, als sie ein kleines Geschenk mit auf den Heimweg nehmen durften. eg.

KREIS VIII (Kantone Appenzell, St. Gallen und Thurgau)

Einladung zu einer ausserordentlichen Versammlung

Sonntag, den 23. November, nachmittags 2 Uhr, im Landenbergsaal beim Schloss Arbon.

TRAKTANDEN:

1. Protokoll der Herbstkonferenz in Herisau.
2. Aussprache über das Referat von Herrn Direktor Zellweger.
3. Stellungnahme zum Resolutionsvorschlag des Vorstandes.
4. Differenzen V. S. K. und Konsumverein Arbon.
5. Wintertätigkeit des Kreisvorstandes.
6. Gemeinsame Propaganda der Vereine. Beiträge aus der Kreiskasse.
7. Bund der Junggenossenschafter. Beitragsgesuch.
8. Genossenschaftliche Studienzirkel.
9. Bestimmung des nächsten Konferenzortes.
10. Umfrage.

Wir erwarten zahlreiche Teilnahme und zeichnen

mit genossenschaftlichem Gruss!

Der Kreisvorstand.

N. B. Vorgängig oder anschliessend an die Versammlung ist den Teilnehmern Gelegenheit geboten, die Vorhangnäherei und die Lager für Teppiche und Inlaids des Konsumvereins Arbon zu besichtigen, worauf wir besonders aufmerksam machen.

Konsumgenossenschaftlicher Frauenbund

Mitteilungsblatt Nr. 94

Dass die Genossenschaftlichen Frauenvereine neben ihrer Propagandatätigkeit auch die Geselligkeit pflegen, zeigt sich u. a. auch in den Veranstaltungen von Weihnachts- und Klausfeiern. Sollen diese nur für die Vereinsmitglieder bestimmt sein, oder soll im Gegenteil zuerst der Bedürftigen gedacht werden? Die Entscheidung haben die Sektionen selbst zu treffen. Im Mitteilungsblatt Nr. 94 finden sie Berichte von letztjährigen Veranstaltungen, die den genossenschaftlichen Frauenorganisationen Anregung geben wollen. Neben den Mitteilungen aus den Sektionen wird auch das Ergebnis der Umfrage über Abwaschmittel publiziert. Gr.

Verbandsdirektion

Nescafé und Nescoré

Auf die Intervention der Direktion des V. S. K. hat die Aktiengesellschaft für Nestlé-Produkte, in Vevey, erklärt, dass sie bei allem Verständnis für die Position der Zwischenhändler der Auffassung sei, dass sich die Abänderung der jetzigen Etiketten durch sogenannte Papillons erübrige, da ja ohnehin in wenigen Wochen neue Etiketten auf den Markt kämen. Daraufhin haben wir auf Anfragen unseren Vereinen geantwortet, dass sie mit dem Verkauf in bisheriger Weise weiterfahren sollten.

In der Zwischenzeit haben wir nun erfahren, dass vom Lebensmittelinspektorat der Stadt Zürich die Etiketten des Nescoré beanstandet worden sind und, wenn wir recht orientiert sind, der Nescoré beschlagnahmt worden ist.

Wir möchten den Vereinen empfehlen, den Nescoré aus dem Verkauf zu nehmen, dagegen weiterhin Nescafé zu vermitteln, bis wir ihnen in dieser Angelegenheit neue Nachrichten geben können.

Die *Société coopérative alimentaire et agricole de Rossinière et environs* (Vaud) ist als neues Mitglied des V. S. K. aufgenommen und dem Kreisverband I zugeteilt worden.

Genossenschaftliches Seminar

(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar wurden überwiesen:

Fr. 400.— vom Konsumverein Thun-Steffisburg
» 100.— vom Konsumverein Turgi
» 20.— von der S. c. d. c. Court

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

Arbeitsmarkt

Nachfrage

Konsumgenossenschaft des Kantons Bern sucht zu sofortigem Eintritt oder nach Uebereinkunft **Konditor- und Bäckermeister.** Bedingungen: Meisterprüfung, gute Personalführung mit Organisationstalent, Kenntnisse in neuzeitlichen Tiefkühlverfahren. Geboten wird gut bezahlte Dauerstelle mit Pensions- und Hinterbliebenenversicherung. Anmeldungen erbeten unter Chiffre H. R. 166 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Der Konsumverein Trogen-Wald-Speicher sucht auf 1. Juli 1948 ein tüchtiges **Verkäufer-Paar** zur Führung der Filiale in Speicher mit einem Umsatz von zirka Fr. 170 000.—. Bewerber mit guter kaufmännischer Bildung, Kenntnissen der Lebensmittelbranche (Lebensmittel, Haushaltartikel und Schuhe) und guten Umgangsformen wollen bis spätestens 1. Dezember ihre schriftliche Offerte mit Zeugniskopien, Referenzen und Photo an P. Clavadetscher, Präsident des KV Trogen-Wald-Speicher, in Trogen, einreichen.

Gesucht junger tüchtiger Mann mit guten Kenntnissen der Lebensmittelbranche als **Depothalter** (eventuell Depothalterpaar) von Konsumverein im Aargau mit Antritt auf 1. März 1948. Anmeldungen mit Zeugniskopien unter Chiffre A. G. 168 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

INHALT:

	Seite
Warum genossenschaftliche Neutralität?	705
Eine Barriere bei den deutschen Konsumgenossenschaften	707
Internationaler Genossenschaftsbund und Weltgewerkschaftsbund	708
Weshalb in der Vereinzelung sich abplagen, wenn durch den Zusammenschluss die Kräfte verdoppelt und verdreifacht werden?	708
Haushaltartikel, Textilwaren, Schuhe	709
Personalausbildung für Selbstbedienungsläden	709
Kurze Nachrichten	710
Herbstkonferenz des Kreises IV	710
Herbstkonferenz des Kreises IX b	711
Es ist eine Lust, Verkäufer zu sein	712
Neue Wege der Verkaufsorganisation	713
Unsere «diplomatischen Vertreterinnen»	713
Belohnte Tüchtigkeit	713
Der Laden und das Kind	713
Reklame in Amerika	713
Gedanken unter einem Oelbaum	714
Dörrbirnen und Birnendicksäfte sind wertvolle und preiswürdige Nahrungsmittel	715
Gutes leisten — auch in der Werbung!	716
Die Seite der Ehemaligen	718
Bibliographie	719
Die Bewegung im Ausland	719
Aus unserer Bewegung	719
Kreis VIII: Einladung zu einer ausserordentlichen Versammlung	720
Konsumgenossenschaftlicher Frauenbund: Mitteilungsblatt Nr. 94	720
Verbandsdirektion: Nescafé und Nescoré	720
Genossenschaftliches Seminar	720
Arbeitsmarkt	720